

DICEMBRE 2020

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE IN EUROPA



INDICE

	SINTESI	6
1.	INTRODUZIONE	10
2.	DIGITAL TRANSFORMATION INDEX	12
2.1	METODOLOGIA	12
2.2	CLASSIFICHE EUROPEE DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE	14
2.3	LE TECNOLOGIE DIGITALI NEL 2020	26
2.4	SOSTEGNO ALLA CRESCITA	30
2.5	PRONTEZZA ALLA CRESCITA	34
2.6	PREOCCUPAZIONI RIGUARDO AL DIGITALE	38
2.7	IMPATTO DEL COVID-19 SULLA TRASFORMAZIONE DIGITALE	44
3.	CONCLUSIONI	50

UN RAPPORTO CEBR PER ETORO DICEMBRE 2020

DISCLAIMER

Sebbene sia stato fatto ogni sforzo per garantire l'accuratezza del materiale contenuto in questo documento, né il Centre for Economics and Business Research Ltd né gli autori del rapporto saranno responsabili per eventuali perdite o danni subiti a causa dell'uso del rapporto stesso.

La presente comunicazione ha esclusivamente finalità informative ed educative e non va interpretata come consulenza di investimento, raccomandazione personale, offerta o sollecitazione all'acquisto o alla vendita di strumenti finanziari. Questo materiale è stato preparato senza tenere conto degli obiettivi di investimento o della situazione finanziaria di un particolare destinatario e non è stato preparato in conformità con i requisiti legali e normativi per promuovere la ricerca indipendente. Qualsiasi riferimento alle performance passate o future di uno strumento finanziario, di un indice o di un prodotto d'investimento preassemblato non è e non deve essere considerato un indicatore affidabile di risultati futuri. eToro non fornisce alcuna dichiarazione e non si assume alcuna responsabilità in merito all'accuratezza o alla completezza del contenuto di questa pubblicazione.

AUTORI E RICONOSCIMENTI

Questo rapporto è stato prodotto da Cebr, una società di consulenza indipendente per la ricerca in campo economico e aziendale fondata nel 1992. Le opinioni qui espresse sono solo quelle degli autori e si basano su ricerche indipendenti condotte dagli stessi. Il rapporto non riflette necessariamente il punto di vista di eToro.

Londra, novembre 2020



Definire il 2020 un "anno particolare" significa minimizzare l'impatto di una serie di eventi che continueranno a far sentire il loro effetto nel prossimo decennio. Dal lavoro alla famiglia, dal denaro ai media, è cambiato il nostro modo di relazionarci con più o meno tutto ciò che fa parte della nostra vita.

Ho passato tutto l'anno a parlare di adozione delle tecnologie digitali. Del modo in cui il piede collettivo del pianeta ha cominciato a premere sul pedale, permettendoci di adottare nel giro di poche settimane tecnologie che, diversamente, avrebbero richiesto anni per entrare a far parte del nostro quotidiano. eToro, piattaforma globale di investimento, è stata al centro di questa storia.

Quando il COVID-19 ha colpito l'Occidente, gli stimoli fiscali sono stati iniettati in modo praticamente incontrollato nei mercati internazionali. Mentre i titoli dei settori viaggi, ospitalità ed energia sono scesi in picchiata, intere industrie si sono fermate di colpo. Per la prima volta nella storia, abbiamo visto che, mentre i professionisti si chiamavano fuori, gli investitori individuali si lanciavano nella mischia, cercando di fare affari in settori che erano stati duramente colpiti, ma che potevano risollevarsi una volta terminata la minaccia del virus.

I mercati finanziari sono stati sotto i riflettori dei media, spingendo gli investitori individuali a occuparsi dei mercati stessi, un cambio di paradigma destinato a perdurare. eToro ha assistito alla registrazione di 4 milioni di nuovi utenti nel corso del 2020 e non siamo certamente gli unici.

Questo rapporto analizza nove mercati europei e in ciascuno di essi circa il 10% delle persone ha investito di più durante la pandemia. È fondamentale notare che il 15% prevede di investire di più di quanto avvenisse prima del COVID-19, una percentuale che risulta persino più elevata in Italia e Romania. Uno degli impatti che è destinato a perdurare sarà questa tendenza del nuovo secolo: l'aumento del numero degli investitori individuali che in tutt'Europa si interessano ai mercati di capitali, gestendo attivamente i propri portafogli.

Quando abbiamo commissionato questa ricerca, il nostro obiettivo era offrire un'istantanea della penetrazione digitale in Europa, oltre che degli atteggiamenti nei confronti della trasformazione digitale. Eravamo interessati a comprendere quale sarebbe stato l'impatto di quest'anno sugli anni a venire. Avremmo vissuto un contraccolpo, mentre le persone si sforzavano di tenersi al passo accelerato dell'adozione digitale? Quali sono gli ostacoli che potrebbero bloccare l'innovazione e in quali settori i consumatori sostengono una maggiore digitalizzazione?

Sono convinto che siamo riusciti a rispondere a tutte queste domande e ad altre. Personalmente ritengo che la lezione principale che abbiamo appreso sia quanto l'adozione sia spinta da un desiderio di connessione con gli altri. Più del 40% degli intervistati ha affermato che il loro uso delle tecnologie digitali è influenzato dalle persone con cui sono in contatto. Questo è il punto di partenza del "circolo virtuoso" di cui parliamo in queste pagine, ossia che un aumento dell'adozione conduce a migliori capacità che aumentano la fiducia, promuovendo a loro volta ulteriori adozioni.

Il nostro futuro sarà digitale e un'ampia maggioranza dei rispondenti concorda che la tecnologia ci faciliterà la vita. Tuttavia, se vogliamo questo genere di futuro è necessario che non perdiamo di vista l'elemento umano che è al centro di questa trasformazione. Siamo consapevoli che le preoccupazioni che riguardano la disinformazione e la protezione dei dati hanno già spinto la Generazione Z e quella dei Millennial a prendere posizione. Sappiamo che i rischi che derivano da un divario digitale non riguardano solo i singoli individui, ma interi Paesi. Il nostro futuro digitale potrà pertanto realizzarsi se saremo in grado di garantire che questo nuovo mondo sia inclusivo, etico e, in fin dei conti, umano.



YONI ASSIA

Amministratore delegato e cofondatore, eToro

SINTESI

Questo rapporto combina i dati tratti da un'indagine condotta su oltre 18.000 cittadini europei con alcuni dataset pubblici per gettare nuova luce sullo stato della trasformazione digitale in Europa. Attraverso la definizione di un Digital Transformation Index (Indice di trasformazione digitale), nove Paesi europei (Danimarca, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Romania e Spagna) sono stati classificati in base ai loro attuali livelli di penetrazione digitale e al loro potenziale di crescita digitale. Il coinvolgimento e il potenziale digitale sono analizzati in una gamma diversificata di settori, tra cui la finanza, la sanità, il commercio al dettaglio e l'intrattenimento, con l'obiettivo di fornire una visione olistica della trasformazione digitale in ciascun Paese.

RISULTATI PRINCIPALI

LA DANIMARCA È ALL'AVANGUARDIA NELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE IN EUROPA, con la percentuale più alta di vendite online e l'utilizzo più diffuso delle piattaforme digitali per le attività bancarie e l'interazione con gli enti pubblici. **La Spagna è al secondo posto nella classifica del Digital Transformation Index, grazie agli alti livelli di maturità digitale.**

IL REGNO UNITO HA IL PIÙ ALTO LIVELLO DI PENETRAZIONE DIGITALE sulla base degli indicatori attuali, sebbene il Paese sia al terzo posto nella classifica del Digital Transformation Index a causa delle prestazioni più deboli degli indicatori prospettici. I pagamenti tramite carta sono significativamente più frequenti nel Regno Unito che altrove in Europa e anche l'uso delle piattaforme digitali a fini educativi è più elevato in questo Paese.

I PAESI CHE SI COLLOCANO AI LIVELLI PIÙ BASSI DEL DIGITAL TRANSFORMATION INDEX sono la Romania e l'Italia. **La Romania presenta attualmente il livello più basso di penetrazione digitale, ma al contempo ha anche il più alto potenziale di crescita tra i Paesi analizzati**, grazie al forte supporto pubblico dedicato all'espansione digitale. **La posizione dell'Italia in fondo alla classifica riflette un basso livello di penetrazione digitale nonché un alto grado di resistenza alle future trasformazioni digitali**, con il 36% dei rispondenti che dichiara l'intenzione di opporsi a un'eventuale espansione delle tecnologie digitali sul luogo di lavoro.

L'INDAGINE FORNISCE NUMEROSE INFORMAZIONI UTILI A COMPRENDERE LE TENDENZE EUROPEE IN MATERIA DI TRASFORMAZIONE DIGITALE:

VANTAGGI DELLE TECNOLOGIE DIGITALI:

vi è un ampio consenso sui vantaggi delle tecnologie digitali, con quasi tre rispondenti su quattro (72%) che affermano che le tecnologie digitali facilitano la loro vita. Tale quota raggiunge il valore massimo in Polonia (87%) e il minimo in Germania (56%).

UTILIZZO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI:

L'online banking è la tecnologia digitale utilizzata dagli europei con maggiore regolarità, con quasi un quarto (23%) dei partecipanti all'indagine che la usa quotidianamente. La familiarità con le tecnologie digitali aumenta di pari passo con la frequenza con cui queste vengono utilizzate. Si ipotizza pertanto l'esistenza di un circolo virtuoso in cui all'aumentare dell'adozione delle tecnologie corrisponde un miglioramento delle capacità tecnologiche, il che a sua volta favorisce tassi di adozione ancora più elevati.

PREOCCUPAZIONI RIGUARDO ALLE TECNOLOGIE DIGITALI:

L'indagine individua diverse preoccupazioni ampiamente diffuse che potrebbero inibire l'ulteriore espansione delle tecnologie digitali. Il 97% ha dichiarato di avere qualche preoccupazione riguardo ai rischi di cybercrime, mentre il 96% ha indicato la propria preoccupazione per l'uso delle tecnologie digitali per diffondere fake news. Le fasce d'età più elevate sono particolarmente preoccupate: il 37% dei rispondenti di 55 anni e oltre dichiara infatti di essere estremamente preoccupato per il ruolo delle tecnologie digitali nella diffusione di fake news.

POTENZIALE DIGITALE:

La maggior parte degli europei è favorevole a una crescente digitalizzazione in tutti i settori analizzati e il sostegno maggiore all'espansione digitale viene registrato nei settori dell'energia e della finanza. Tuttavia, gli europei esprimono il loro disagio nell'utilizzare soluzioni digitali che attualmente non sono ben consolidate. Ad esempio, meno della metà (44%) degli intervistati si sentirebbe a proprio agio a effettuare le visite mediche di routine tramite videochiamata.

COVID-19 IMPACT :

La pandemia ha accelerato la trasformazione digitale in tutta Europa, infatti più di un terzo (36%) dei rispondenti utilizza maggiormente le tecnologie digitali al di fuori del luogo di lavoro. Sembra che nuovi comportamenti abbiano determinato cambiamenti duraturi nelle preferenze e nelle abitudini, considerando che più di un quarto (27%) dei rispondenti si aspetta che l'uso delle tecnologie digitali al di fuori del luogo di lavoro sarà maggiore dopo la pandemia di quanto lo fosse prima.

Il COVID-19 avrà un impatto particolarmente forte sull'adozione del digitale nel settore sanitario. In Italia, quasi uno su cinque (19%) degli intervistati prevede che effettuerà online la maggior parte delle visite con il proprio medico, anche dopo la fine della pandemia. I risultati dell'indagine indicano tendenze simili (anche se meno pronunciate) in altre parti d'Europa.

In un settore, l'esperienza della pandemia allontanerà probabilmente gli europei dalle tecnologie digitali: la percentuale di rispondenti che prevedono di usare le piattaforme digitali per parlare con gli amici dopo la pandemia sarà infatti inferiore rispetto a quella all'inizio della stessa.

INTRODUZIONE

NEL CORSO DELLA STORIA, L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA È STATA IL FONDAMENTO DELLA CRESCITA ECONOMICA.

Mentre le politiche governative, gli sviluppi geopolitici e i disastri naturali influenzano il progresso economico, la crescita sostenibile a lungo termine richiede miglioramenti delle tecnologie che aumentino le quantità che un'economia può produrre. Nel XVIII secolo invenzioni come la spoletta volante, il motore a vapore e la macchina per la produzione della carta hanno trasformato settori come quello della tessitura e della stampa da piccole attività artigianali a industrie caratterizzate da una produzione di massa e centralizzata. Nel XIX secolo, l'invenzione dell'elettricità, dei motori a combustione interna e l'introduzione di nuovi metodi di produzione dell'acciaio hanno contribuito a realizzare progressi significativi nei sistemi di trasporto e di comunicazione, mentre la diffusione dei computer nel XX secolo ha aperto la strada a ulteriori livelli di automazione e di aumento della produttività.

Arrivando finalmente al 2020, vediamo che le economie di tutto il mondo sono alla vigilia di un'altra rivoluzione tecnologica, questa volta alimentata dall'espansione delle tecnologie digitali. Nonostante la diffusione di internet e

degli smartphone abbia già di fatto trasformato sia le abitudini di consumo, sia i metodi di produzione, siamo ancora alle prime fasi della rivoluzione digitale. Mentre ambiti come l'intelligenza artificiale e i big data sono ancora relativamente "giovani", ampi settori dell'economia hanno appena scalfito la superficie del potenziale offerto dalle tecnologie digitali.

Questo rapporto è il frutto di una ricerca paneuropea sugli impatti delle tecnologie digitali in diversi Paesi europei e sulle opportunità future di adozione e utilizzo delle stesse. Per conseguire una crescita economica sostenibile nel XXI secolo sarà fondamentale integrare le tecnologie digitali nuove e in via di sviluppo nelle economie e nelle società in modo da aumentare la produttività, pur mantenendo inclusività e accessibilità. Il Digital Transformation Index offre una nuova prospettiva sui livelli di penetrazione digitale e sulla crescita potenziale in tutta Europa. L'Indice classifica nove Paesi europei (Danimarca, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Romania e Spagna) in base all'impatto che le tecnologie digitali stanno attualmente avendo sull'economia e sulla società di ogni Paese e al potenziale di ulteriore crescita di tali tecnologie nel corso dei prossimi anni.

IL DIGITAL TRANSFORMATION INDEX PUÒ ESSERE SCOMPOSTO IN DUE SOTTOINDICI:

IL DIGITAL ENGAGEMENT INDEX (Indice di coinvolgimento digitale), che traccia lo stato attuale della trasformazione digitale, e **IL DIGITAL GROWTH INDEX** (Indice di crescita digitale), che valuta il potenziale di espansione delle tecnologie digitali in futuro. Il potenziale di trasformazione digitale è determinato dai livelli di sostegno pubblico all'espansione delle tecnologie digitali, unitamente alla capacità delle imprese e delle istituzioni governative di fornire i prodotti e le infrastrutture digitali necessari per soddisfare questa domanda. Il Digital Growth Index analizza il lato consumer del complesso quadro della trasformazione digitale, valutando l'interesse e la maturità del pubblico nei confronti di una maggiore digitalizzazione. Pertanto, è bene notare che, sebbene l'Indice di crescita fornisca importanti indicazioni sul potenziale di trasformazione digitale del futuro, la realizzazione di tale potenziale dipenderà anche dai prodotti e dalle infrastrutture digitali che saranno disponibili.

Ciascuno di questi sottoindici viene compilato in base a numerosi indicatori derivati da una serie di dataset pubblici ufficiali, nonché da dati originali ottenuti da un'indagine condotta su oltre 18.000 adulti nei nove Paesi europei¹.

La ricerca esamina anche il ruolo della pandemia da COVID-19 nell'accelerazione della trasformazione digitale. L'entità delle perturbazioni economiche e sociali causate dalla pandemia e dai relativi lockdown in tutta Europa è destinata a lasciare un segno indelebile sulle abitudini e sulle preferenze dei consumatori. In particolare, la chiusura generalizzata di negozi fisici, banche, cinema e palestre e l'isolamento sociale forzato hanno spinto milioni di europei verso piattaforme online e soluzioni digitali. Questa accelerazione senza precedenti nell'adozione delle tecnologie digitali è stata notoriamente riassunta dall'amministratore delegato di Microsoft Satya Nadella, che nell'aprile 2020 ha dichiarato "abbiamo assistito a due anni di trasformazione digitale in due mesi"². Utilizzando i risultati dell'indagine multipaese commissionata per questa ricerca, il rapporto esplora il grado in cui le esperienze della pandemia da COVID-19 accelereranno il ritmo della trasformazione digitale in tutta Europa.

¹ Indagine realizzata da Opinium tra il 5 e l'11 novembre.

² <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/2020/04/30/2-years-digital-transformation-2-months/>.

DIGITAL TRANSFORMATION INDEX

Il Digital Transformation Index valuta i livelli di penetrazione, coinvolgimento e potenziale digitale in nove Paesi europei (Danimarca, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Romania, Spagna) incorporando una varietà di indicatori relativi al presente e prospettici. Gli indicatori relativi al presente formano collettivamente il Digital Engagement Index, che classifica i Paesi in base all'impatto che una serie di tecnologie digitali - definite in questo rapporto come tecnologie che fanno uso di internet e/o di hardware come computer, smartphone e tablet - hanno attualmente all'interno di ciascun Paese.

Gli indicatori prospettici costituiscono il Digital Growth Index, che valuta il potenziale di una più ampia diffusione delle tecnologie digitali in futuro. Il Digital Growth Index misura la capacità di trasformazione digitale esplorando i livelli di sostegno pubblico e di maturità in relazione allo sviluppo della digitalizzazione. Non considera direttamente la capacità e la volontà delle imprese e delle istituzioni governative di fornire nuovi prodotti e infrastrutture digitali, un altro importante prerequisito per un'efficace trasformazione digitale. Il Digital Transformation Index si compone combinando i punteggi di ciascun Paese ricavati dagli indici di coinvolgimento e crescita digitale.

METODOLOGIA

Il Digital Transformation Index combina dataset pubblici della Banca Centrale Europea e della Commissione Europea con i dati di un'indagine ad hoc condotta su oltre 18.000 adulti nei nove Paesi, offrendo così una prospettiva olistica e originale sullo stato della trasformazione digitale in Europa.

Le Tabelle 1 e 2 illustrano gli indicatori che compongono rispettivamente gli indici di coinvolgimento e crescita digitale. Sono questi gli indicatori che insieme alimentano il Digital Transformation Index complessivo. Per ciascun Paese, a ogni indicatore viene assegnato un punteggio da 0 a 100, dove 100 rappresenta il livello più alto di penetrazione o di potenziale digitale e 0 rappresenta il più basso. Si calcola quindi la media dei punteggi degli indicatori pertinenti per ottenere i punteggi dell'indice di coinvolgimento e di crescita digitale per ciascun Paese. Il calcolo della media dei punteggi dell'Indice di impegno e dell'Indice di crescita digitale conduce al Digital Transformation Index complessivo.

TABELLA 1 INDICATORI DEL DIGITAL ENGAGEMENT INDEX

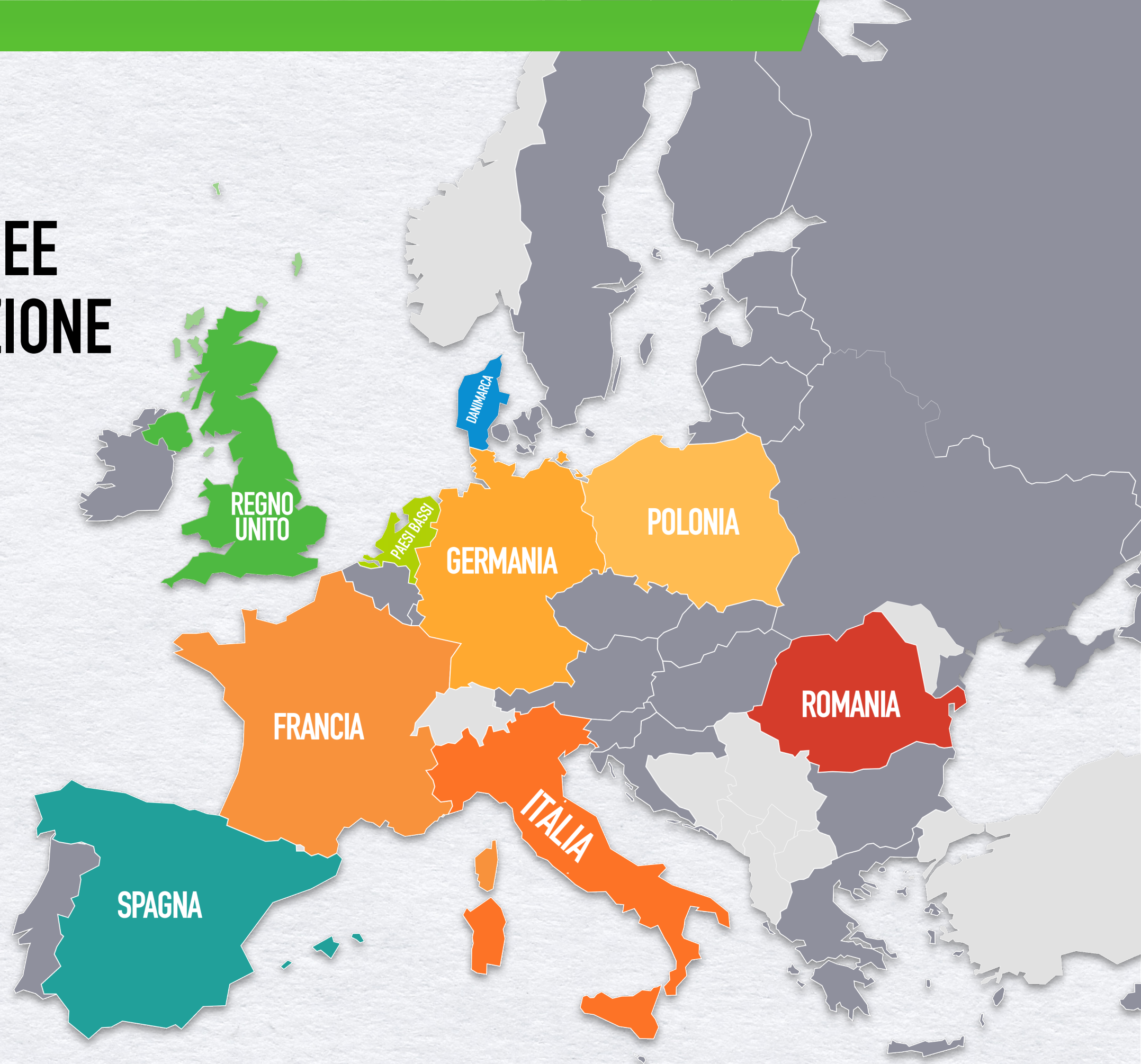
INDICATORE	DESCRIZIONE	FONTE:
VANTAGGI DEL DIGITALE	Percentuale di persone che concordano sul fatto che le tecnologie digitali facilitano la loro vita.	INDAGINE AD HOC
PRESENZA NELLE VENDITE ONLINE	Quota delle vendite online in percentuale sul fatturato totale.	COMMISSIONE EUROPEA
USO DI INTERNET PER INFORMAZIONI SANITARIE	Percentuale di individui che utilizzano Internet per acquisire informazioni sanitarie almeno ogni tre mesi.	COMMISSIONE EUROPEA
PAGAMENTI DIGITALI	Valore delle transazioni con carte nazionali e transfrontaliere, in rapporto al PIL.	BANCA CENTRALE EUROPEA
INVESTIMENTI ONLINE	Numero di volte alla settimana in cui i privati utilizzano le piattaforme di investimento online	INDAGINE AD HOC
ONLINE BANKING	Percentuale di persone che utilizzano l'online banking almeno ogni tre mesi.	COMMISSIONE EUROPEA
EDUCAZIONE DIGITALE	Percentuale di persone che hanno partecipato a corsi online almeno ogni tre mesi.	COMMISSIONE EUROPEA
USO DELL'HARDWARE	Numero di volte alla settimana in cui le persone utilizzano diversi articoli di hardware (altoparlanti intelligenti, tecnologie indossabili e contatori di energia intelligenti).	INDAGINE AD HOC
USO DEL SOFTWARE	Numero di volte alla settimana in cui le persone utilizzano diversi software (servizi di video streaming, assistenti intelligenti tramite dispositivi mobili).	INDAGINE AD HOC
INTERAZIONE DIGITALE CON LE AUTORITÀ PUBBLICHE	Percentuale di persone che interagiscono con le autorità pubbliche tramite piattaforme digitali (ad esempio voto, invio di moduli, ecc.) almeno ogni tre mesi.	COMMISSIONE EUROPEA

TABELLA 2 INDICATORI DEL DIGITAL GROWTH INDEX

INDICATORE	DESCRIZIONE	FONTE:
MATURITÀ DIGITALE	Percentuale di persone che si sentirebbero a proprio agio con varie applicazioni della tecnologia digitale.	INDAGINE AD HOC
SOSTEGNO AL DIGITALE	Percentuale di persone che sono a favore di una maggiore digitalizzazione in diversi settori (finanza, sanità, intrattenimento, commercio al dettaglio, energia).	INDAGINE AD HOC
OPPOSIZIONE AL DIGITALE	Percentuale di persone che si opporrebbero all'espansione delle tecnologie digitali sul luogo di lavoro.	INDAGINE AD HOC
PREOCCUPAZIONI RIGUARDO AL DIGITALE	Livello medio di preoccupazione riguardo a varie questioni digitali.	INDAGINE AD HOC

CLASSIFICHE EUROPEE DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

I risultati del Digital Transformation Index evidenziano notevoli differenze tra i Paesi sia per quanto riguarda i livelli attuali di penetrazione digitale sia per il potenziale di crescita. Il resto della presente sezione esamina i risultati per ciascuno dei nove Paesi europei, individuando le aree in cui i risultati sono relativamente buoni e quelli in cui vi è spazio per ulteriori progressi.



1

LA DANIMARCA È ALL'AVANGUARDIA

La Danimarca è in testa alla classifica del Digital Transformation Index, con 58 punti. Il Paese è al secondo posto nella classifica del Digital Growth Index e al secondo posto in quella del Digital Engagement Index, avendo ottenuto un buon risultato per tutti gli indicatori analizzati. La Danimarca è all'avanguardia per molti degli indicatori di penetrazione digitale, con la più alta percentuale di vendite online tra i paesi esaminati, nonché per diffusione dell'uso delle piattaforme digitali per le operazioni bancarie e per l'interazione con le autorità pubbliche. I risultati dell'indagine mostrano anche che i danesi sono relativamente aperti all'espansione delle tecnologie digitali nei loro luoghi di lavoro. Inoltre, se da un lato vi sono preoccupazioni diffuse riguardo alle tecnologie digitali, dall'altro tali preoccupazioni sono meno diffuse in Danimarca che nella maggior parte dei restanti Paesi europei.

37%



E' A PROPRIO AGIO CON LE VISITE MEDICHE ONLINE

2

LA SPAGNA CONQUISTA IL SECONDO POSTO

La Spagna si colloca al secondo posto nella classifica del Digital Transformation Index. Come nel caso della Danimarca, la coerenza è la chiave del relativo successo del paese nell'Indice. Infatti, mentre la Spagna si colloca al di sotto del Regno Unito per quanto riguarda l'attuale penetrazione delle tecnologie digitali (misurata dal Digital Engagement Index), essa riprende terreno nel Digital Growth Index. Gli spagnoli intervistati utilizzano una serie di prodotti hardware e software con maggiore frequenza rispetto ai loro omologhi degli altri Paesi analizzati. Il Paese si colloca al primo posto anche relativamente ai livelli di coinvolgimento nelle piattaforme di investimento online. Per quanto riguarda il Digital Growth Index, la Spagna occupa il primo posto nell'indicatore di maturità digitale, con una percentuale elevata di persone che si sente a proprio agio nel passaggio a una serie di soluzioni digitali come i servizi di streaming online e le visualizzazioni virtuali di proprietà immobiliari. Tuttavia, le preoccupazioni per le tecnologie digitali sono maggiori in Spagna che in qualsiasi altro paese. In effetti, il 40% degli spagnoli è estremamente preoccupato per l'uso improprio delle tecnologie digitali nella diffusione di "fake news", mentre il 35% afferma di essere estremamente preoccupato per i rischi della sicurezza informatica, a mano a mano che aumenta il flusso di dati online.

41%



E' IN GRADO DI UTILIZZARE TECNOLOGIA INDOSSABILE MOLTO BENE

3

IL REGNO UNITO REGISTRA LA MAGGIORE PENETRAZIONE DIGITALE IN EUROPA

Con un punteggio di 65 nel Digital Engagement Index, il Regno Unito è in testa alla classifica europea per quanto riguarda gli attuali livelli di penetrazione digitale. I pagamenti con carta sono molto più diffusi nel Regno Unito che negli altri Paesi europei analizzati³, e anche l'uso delle piattaforme digitali per scopi educativi risulta maggiore nel Regno Unito. Nonostante la notevole performance registrata nel Digital Engagement Index, un punteggio relativamente debole nel Digital Growth Index porta invece il Regno Unito a collocarsi al terzo posto nella classifica generale della trasformazione digitale. La presenza di refrattari al digitale potrebbe ostacolare un'ulteriore trasformazione digitale: il 24% dei rispondenti dichiara di opporsi all'espansione delle tecnologie digitali sul luogo di lavoro. Ciò evidenzia la necessità per il Regno Unito di impegnarsi maggiormente per ottenere il consenso al cambiamento tecnologico da una minoranza significativa della forza lavoro.

62%



**CONCORDA CHE LE
TECNOLOGIE DIGITALI HANNO
SEMPLIFICATO LA VITA**

³ Banca Centrale Europea.

4

16%



**UTILIZZA CONTATORI
INTELLIGENTI QUASI
TUTTI I GIORNI**

I PAESI BASSI NON RAGGIUNGONO IL PODIO

I Paesi Bassi registrano punteggi solidi sia nel Digital Engagement Index sia nel Digital Growth Index, collocandosi al quarto posto nella classifica del Digital Transformation Index complessivo. L'uso delle piattaforme di digital banking da parte degli olandesi è il più alto tra i Paesi analizzati insieme a quello danese; i Paesi Bassi registrano anche il punteggio più alto nell'uso di internet per l'indicatore dell'informazione sanitaria. Il Paese perde un po' di terreno nell'indicatore relativo al sostegno del digitale, con livelli di sostegno a una maggiore digitalizzazione più bassi nei Paesi Bassi rispetto alla maggior parte degli altri otto Paesi, in particolare nei settori del commercio al dettaglio e dell'intrattenimento.

5

LA POLONIA SI COLLOCA AL QUINTO POSTO NONOSTANTE IL RITARDO DELLA PENETRAZIONE DIGITALE

La Polonia ha un punteggio di 48 nel Digital Transformation Index, collocandosi al quinto posto nelle classifiche nazionali, tra i Paesi Bassi e la Germania. Sebbene la Polonia sia al terzultimo posto nel Digital Engagement Index, a causa di un uso meno diffuso delle piattaforme digitali rispetto alla maggior parte dei Paesi europei, essa compensa in parte questo risultato con il Digital Growth Index. Il sostegno ad una maggiore digitalizzazione è più elevato in Polonia che in qualsiasi altro Paese analizzato. Ad esempio, l'85% dei polacchi intervistati ha dichiarato che sosterrà una maggiore digitalizzazione nel settore dell'energia e dei servizi di pubblica utilità, un dato che scende all'83% per il settore finanziario. Nonostante il livello relativamente basso di penetrazione digitale attualmente registrato in Polonia, le persone apprezzano le tecnologie digitali più che nei restanti otto Paesi. Infatti, l'87% dei rispondenti concorda sul fatto che le tecnologie digitali facilitano la vita, rispetto alla media europea del 72%.

64%



**UTILIZZA L'ONLINE BANKING
ALMENO 4 VOLTE ALLA
SETTIMANA**

48%



**SAREBBE A PROPRIO
AGIO A UTILIZZARE
ONLINE BANKING**

6

LA GERMANIA OTTIENE IL SESTO POSTO A CAUSA DELLE PREOCCUPAZIONI SULL'AUMENTO DELLA DIGITALIZZAZIONE

La Germania, il più grande Paese europeo sia per popolazione sia per produzione economica, presenta risultati relativamente deludenti nel Digital Growth Index. Il livello di sostegno all'aumento della digitalizzazione è più basso in Germania che in qualsiasi altro Paese analizzato, e questo Paese registra anche il punteggio più basso nell'indicatore di maturità digitale. Solo il 48% dei tedeschi intervistati ha dichiarato che si sentirebbe a proprio agio a passare alle piattaforme di online banking, una percentuale che scende al 37% per coloro che si sentirebbero a proprio agio a effettuare un pagamento superiore a 100 euro con un'applicazione di mobile payment. Questo dato va confrontato con la media europea del 54%. Detto questo, la Germania ha un punteggio elevato nell'indicatore degli oppositori al digitale, con la percentuale più bassa di rispondenti che esprime l'intenzione di resistere all'espansione delle tecnologie digitali sul luogo di lavoro. Questi risultati suggeriscono che i principali ostacoli alla trasformazione digitale deriveranno dalle preoccupazioni sull'uso delle nuove tecnologie nella vita personale piuttosto che in quella professionale.

7

LA FRANCIA OTTIENE IL PUNTEGGIO PIÙ BASSO NEL DIGITAL GROWTH INDEX

Con un punteggio di 45, la Francia si colloca al settimo posto nella classifica del Digital Transformation Index. Mentre registra punteggi elevati negli indicatori degli acquisti online e dei pagamenti digitali, il punteggio relativo al Digital Engagement Index è frenato da livelli relativamente bassi di utilizzo di una serie di dispositivi hardware e applicazioni software. La Francia ha il punteggio più basso nel Digital Growth Index, la causa principale della posizione di debolezza del Paese nella classifica generale della trasformazione digitale. Solo la Germania presenta livelli inferiori di sostegno a una maggiore digitalizzazione. Inoltre, la percentuale di rispondenti francesi che si opporrebbe all'espansione delle tecnologie digitali sul luogo di lavoro è la seconda tra i Paesi analizzati, con il 33%.

33%



**OPPORREBBE RESISTENZA
AD UNA MAGGIOR
DIGITALIZZAZIONE AL
LAVORO**

16%



**HA RICEVUTO TRAINING IN
TECH DALLA FAMIGLIA O
DAGLI AMICI**

8

LA ROMANIA GUIDA L'EUROPA NEL POTENZIALE DI CRESCITA DIGITALE

La Romania mostra un insieme polarizzato di risultati nel Digital Transformation Index, registrando il punteggio più basso nel sotto-indice del coinvolgimento digitale e al contempo il punteggio più alto nel sotto-indice della crescita digitale. Il livello di sviluppo economico della Romania è inferiore a quello degli altri Paesi analizzati. Di conseguenza, la disponibilità di infrastrutture digitali e l'adozione pubblica delle tecnologie digitali sono attualmente più limitate che altrove in Europa. La Romania ha infatti il punteggio più basso in sette dei dieci indicatori che compongono il Digital Engagement Index. Tuttavia, dimostra un potenziale di crescita digitale superiore a quello degli altri otto Paesi. Il suo sostegno all'aumento della digitalizzazione in vari settori è secondo solo alla Polonia. In sostanza, nonostante i livelli relativamente bassi di coinvolgimento nelle tecnologie digitali, la Romania si colloca al terzo posto nell'indicatore di maturità digitale, il che suggerisce che sono presenti sia le competenze sia il sostegno pubblico necessari per guidare l'ulteriore digitalizzazione. Questi risultati evidenziano come, nonostante la Romania si trovi attualmente in una fase meno matura della propria trasformazione digitale, il Paese abbia il potenziale per colmare rapidamente questo divario nei prossimi anni.

9

L'ITALIA FANALINO DI CODA DELLA CLASSIFICA DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

L'Italia si colloca all'ottavo posto sia nel Digital Engagement Index sia nel Digital Growth Index, il che si traduce in un nono posto nella classifica generale della trasformazione digitale. Per molti degli indicatori relativi al coinvolgimento digitale, solo la Romania si attesta a livelli di penetrazione digitale inferiori all'Italia. Ad esempio, solo poco più di un terzo (36%) degli italiani utilizza l'online banking almeno ogni tre mesi, contro il 91% di Danimarca e Paesi Bassi. A differenza della Romania, l'Italia si colloca in una posizione sfavorevole anche nel Digital Growth Index, il che suggerisce che le prospettive dell'Italia di colmare il divario digitale con gli altri Paesi europei sono scarse. Il fattore principale è l'indicatore degli oppositori al digitale, con il 36% dei rispondenti che concorda sul fatto che resisterebbe all'espansione delle tecnologie digitali sul luogo di lavoro.

20% 

SARA' PIU' PROPENSO AD INVESTIRE DOPO LA PANDEMIA

TABELLA 3 CLASSIFICA DEL DIGITAL TRANSFORMATION INDEX

	Da	Sp	RU	PB	Po	Ge	Fr	Ro	It
CLASSIFICA COMBINATA PER LA TRASFORMAZIONE DIGITALE	1	2	3	4	5	6	7	8	9
PUNTEGGIO COMBINATO DEL DIGITAL TRANSFORMATION INDEX	58	57	57	54	48	46	45	45	41
CLASSIFICA PER LA CRESCITA DIGITALE	2	3	6	4	5	7	9	1	8
PUNTEGGIO DEL DIGITAL GROWTH INDEX	58	56	48	54	51	46	38	61	41
CLASSIFICA PER IL COINVOLGIMENTO DIGITALE	2	3	1	4	7	6	5	9	8
PUNTEGGIO DEL DIGITAL ENGAGEMENT INDEX	58	58	65	55	44	46	52	29	41

Come illustrato in precedenza, le tecnologie digitali hanno avuto un impatto pervasivo sulle società e sulle economie di tutta Europa, trasformando sia i beni sia i servizi che le famiglie consumano, sia il modo in cui questi vengono prodotti. Le restanti sezioni del rapporto fanno ricorso ai dati di un'indagine condotta su 18.000 individui in nove Paesi europei per fornire una visione originale e dettagliata dei livelli di penetrazione delle varie tecnologie digitali, dell'atteggiamento delle famiglie nei confronti di queste tecnologie e del loro potenziale di espansione.

LE TECNOLOGIE DIGITALI NEL 2020

Esiste un ampio consenso europeo sui vantaggi generali delle tecnologie digitali. Quasi tre rispondenti su quattro (72%) hanno infatti affermato che le tecnologie digitali facilitano la vita, rispetto ad appena il 7% che non concorda con questa opinione. Detto questo, i livelli di conoscenza e capacità relativi alle tecnologie digitali variano in modo significativo in base alle singole tecnologie.

FINANZA

Quasi sei rispondenti su sette (85%) hanno dichiarato di sapersi muovere nello spazio dell'online banking, di questi il 52% ha dichiarato di avere ottime capacità. Per molte delle tecnologie digitali che sono state analizzate, i livelli di capacità sono significativamente più alti tra i rispondenti più giovani. Questo dato però non vale per l'online banking. La percentuale di rispondenti (86%) che si sono dichiarati molto capaci o abbastanza capaci di utilizzare l'online banking è leggermente superiore nella fascia d'età 35-54 anni rispetto a quella dei rispondenti nella fascia 18-34 anni.

I livelli di familiarità con le piattaforme di investimento online sono inferiori, con meno di un terzo (32%) dei rispondenti che dichiara di essere in grado di utilizzare questa tecnologia. I risultati variano notevolmente da un Paese all'altro. Il 42% degli intervistati italiani ha dichiarato di essere abbastanza capace (23%) o molto capace (18%) di utilizzare piattaforme di investimento online, rispetto ad appena il 26% dei rispondenti danesi.

85%
HA DICHIARATO DI
SAPERSI
MUOVERE NELLO
SPAZIO
DELL'ONLINE
BANKING

Tra tutti i settori, l'online banking si distingue come la tecnologia digitale che gli europei utilizzano più regolarmente. In media, i rispondenti hanno dichiarato di utilizzare l'online banking più di tre volte a settimana, con quasi un quarto (23%) di loro che ne fanno un utilizzo quotidiano. Le app di mobile payment vengono utilizzate in media più di due volte a settimana, anche se il 31% dei rispondenti utilizza questa tecnologia meno di una volta al mese. La percentuale più elevata di utenti quotidiani di app di mobile payment si registra nell'Europa orientale: il 25% dei polacchi e il 18% dei rumeni ha dichiarato di utilizzare questa tecnologia almeno sei volte alla settimana.

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Un'ampia maggioranza (90%) degli europei intervistati ha indicato di essere molto capace (58%) o abbastanza capace (32%) di fare acquisti online. Pertanto, lo shopping online risulta essere la tecnologia digitale con cui gli europei si sentono più a proprio agio. Solo una piccola percentuale degli intervistati non è in grado di fare acquisti online (2%) o non ha mai sentito parlare di questa tecnologia digitale (1%). In media su tutto il campione, i rispondenti hanno dichiarato di fare acquisti online 2,4 volte a settimana, mentre la maggioranza (62%) fa acquisti online almeno una volta a settimana. Detto questo, i risultati dell'indagine dimostrano un certo grado di divario generazionale. Quasi due terzi (64%) dei rispondenti di età compresa tra i 18 e i 34 anni hanno dichiarato di essere molto capaci di fare acquisti online, rispetto a meno della metà (49%) degli intervistati di età pari o superiore ai 55 anni.

ENERGIA E SERVIZI DI PUBBLICA UTILITÀ

In tutto il campione, il livello di familiarità con l'uso dei contatori di energia intelligenti è basso rispetto a quello di altre tecnologie digitali. Di fatto, meno di due quinti (39%) degli intervistati ha dichiarato di essere molto capace (14%) o abbastanza capace (26%) di utilizzare questa tecnologia. Sebbene la maggior parte (53%) utilizzi contatori di energia intelligenti meno di una volta al mese (se non mai), quasi uno su dieci (9%) utilizza la tecnologia quotidianamente. Mentre i livelli di coinvolgimento con la maggior parte delle tecnologie digitali analizzate in questo rapporto dipendono dalle preferenze personali e dalle circostanze economiche dell'utente, l'uso dei contatori di energia intelligenti è influenzato dalle politiche delle aziende energetiche. I risultati dell'indagine indicano che l'uso di questa tecnologia è più diffuso nel Regno Unito e nei Paesi Bassi, dove il 15% e il 16% utilizza contatori di energia intelligenti almeno sei volte alla settimana.

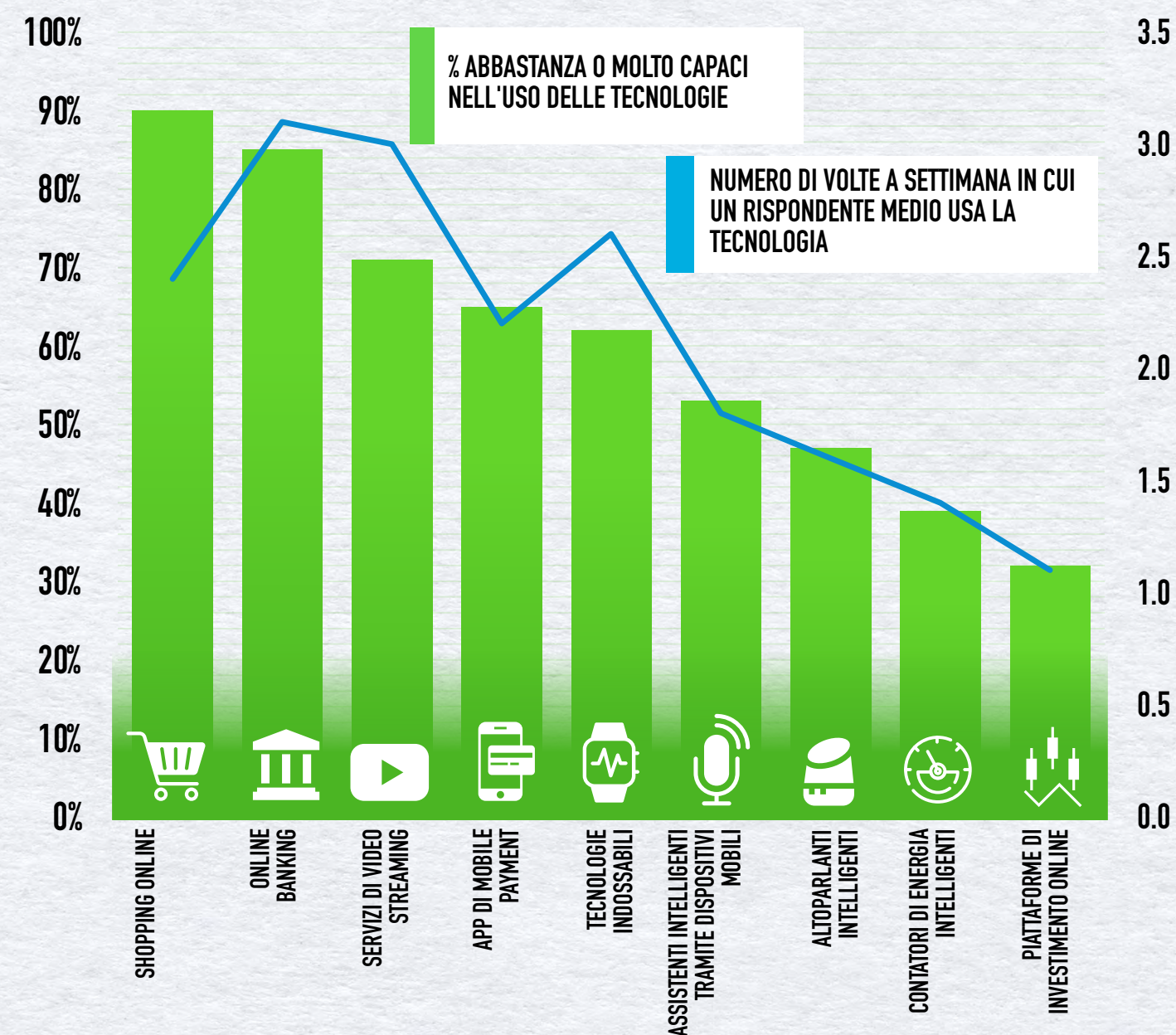
INTRATTENIMENTO E TEMPO LIBERO

Il 71% dei rispondenti è molto capace (41%) o abbastanza capace (30%) di utilizzare servizi di video streaming come Netflix e Amazon Prime. Ciò significa che i servizi di video streaming sono dietro solo allo shopping online e all'online banking per la minore familiarità che gli europei hanno nell'uso della tecnologia. I livelli di familiarità iniziano a diminuire con altre forme di tecnologia digitale nel settore dell'intrattenimento. In effetti, la maggior parte dei rispondenti ha dichiarato di avere, nella migliore delle ipotesi, una capacità limitata nell'utilizzo di altoparlanti intelligenti (53%), mentre solo una piccola maggioranza (53%) ha dichiarato di essere in grado di utilizzare gli assistenti intelligenti tramite dispositivi mobili. Questi risultati evidenziano il fatto che, mentre le competenze relative ad alcune tecnologie digitali consolidate sono ben sviluppate, si può fare di più per aumentare la consapevolezza e la familiarità degli europei con una serie di altre tecnologie che hanno il potenziale di offrire vantaggi significativi se utilizzate in modo più diffuso, sia dal punto di vista dello stile di vita sia da quello della produttività.

I servizi di video streaming sono subito dietro all'online banking nell'elenco delle tecnologie digitali più utilizzate. Tra i rispondenti, le tecnologie indossabili come gli smartwatch e gli auricolari sono usati in media 2,6 volte a settimana, mentre gli assistenti e gli altoparlanti intelligenti vengono utilizzati, mediamente, rispettivamente 1,8 e 1,6 volte a settimana.

Esiste una forte correlazione tra i livelli di familiarità con le tecnologie digitali (come illustrato nella Figura 1) e la frequenza con cui queste tecnologie vengono utilizzate. Si ipotizza l'esistenza di un ciclo virtuoso in cui all'aumentare dell'adozione delle tecnologie corrisponde un miglioramento delle capacità tecnologiche, il che a sua volta favorisce tassi di adozione ancora più elevati.

FIGURA 1 PERCENTUALE DI INDIVIDUI MOLTO CAPACI O ABBASTANZA CAPACI DI UTILIZZARE LE TECNOLOGIE DIGITALI E FREQUENZA MEDIA D'USO



Fonte: Opinium, analisi Cebr

SOSTEGNO ALLA CRESCITA

I risultati presentati mostrano che un gran numero di tecnologie digitali sono già profondamente integrate nella vita quotidiana delle persone in tutta Europa. Dall'indagine emerge inoltre che la maggior parte degli europei accetterebbe una maggiore digitalizzazione in molti settori dell'economia:

65%

INDICA DI ESSERE FAVOREVOLE ALLA MAGGIORE DIFFUSIONE DI TECNOLOGIE COME L'ONLINE BANKING, I PAGAMENTI ONLINE E LE PIATTAFORME DI INVESTIMENTO ONLINE

FINANZA

Esiste una solida base di sostegno pubblico all'aumento della digitalizzazione nel settore finanziario, con quasi due terzi (65%) dei rispondenti che indicano di essere a favore della maggiore diffusione di tecnologie come l'online banking, i pagamenti online e le piattaforme di investimento online. L'83% dei rispondenti in Polonia è a favore di una maggiore digitalizzazione nel settore finanziario, significativamente superiore al 53% dei rispondenti tedeschi che si esprime a favore di una maggiore digitalizzazione. È importante notare che persino in Germania, il paese con il più basso livello di sostegno all'aumento della digitalizzazione nel settore finanziario, solo il 13% dei rispondenti ha dichiarato di non essere favorevole, con più di un terzo (34%) dei tedeschi che ha dichiarato di non essere né favorevole né contrario.

SANITÀ

Gli europei sono un po' più scettici sulla prospettiva di una crescente digitalizzazione nel settore sanitario (ad esempio attraverso lo sviluppo degli appuntamenti virtuali e delle prenotazioni online), con il 52% che si dichiara a favore contro un 22% di contrari. La natura intrinsecamente intima delle interazioni sanitarie è un probabile fattore alla base dei livelli più ridotti di sostegno a una maggiore digitalizzazione in questo settore.

I livelli più alti di opposizione all'espansione delle tecnologie digitali nel settore sanitario si riscontrano nella fascia d'età 55 anni e oltre. Più di un quarto (26%) dei rispondenti appartenenti a questa fascia d'età ha dichiarato di non essere a favore di una maggiore digitalizzazione nel settore sanitario. Esiste anche un sottile divario di genere nei livelli di sostegno all'aumento della digitalizzazione nel settore sanitario. Tra i rispondenti di genere maschile, il 53% ha dichiarato di essere favorevole all'espansione dell'utilizzo delle tecnologie digitali nel settore sanitario, contro un 20% di contrari. Tra le rispondenti di genere femminile, il sostegno all'aumento della digitalizzazione è inferiore (50%) mentre l'opposizione è superiore (24%).

Per molti, una preoccupazione fondamentale relativa all'espansione delle tecnologie digitali nel settore sanitario è il rischio del cybercrime e di interruzioni dei servizi e la potenziale perdita di dati sensibili che ne deriva. La questione è venuta alla ribalta in Germania nelle scorse settimane, quando l'istituto nazionale per il controllo delle malattie del Paese è stato costretto a ritardare la pubblicazione dei casi quotidiani di contagio da coronavirus dopo essere stato preso di mira da un attacco informatico⁴. Questo evento potrebbe aver influenzato l'atteggiamento dei rispondenti tedeschi nell'indagine, dei quali solo il 39% ha dichiarato di voler sostenere una maggiore digitalizzazione nel settore sanitario. La percentuale di opposizione è superiore al 24%.

52%



SI DICHIARA A FAVORE DI UNA CRESCENTE DIGITALIZZAZIONE NEL SETTORE SANITARIO

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Il 64% dei rispondenti ha dichiarato di essere favorevole all'aumento della digitalizzazione nel settore del commercio al dettaglio, ad esempio attraverso l'espansione dello shopping online. Questa percentuale comprende il 23% che ha dichiarato di essere molto favorevole. Solo circa un intervistato su otto (12%) ha dichiarato di non essere favorevole. I livelli di sostegno sono scesi tra le fasce d'età più avanzata: solo il 55% delle persone di 55 anni e oltre si è dichiarato favorevole.

64%

DEGLI INTERVISTATI HA DICHIARATO DI ESSERE FAVOREVOLE ALL'AUMENTO DELLA DIGITALIZZAZIONE NEL SETTORE DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO

ENERGIA E SERVIZI DI PUBBLICA UTILITÀ

Il sostegno per un'ulteriore digitalizzazione è maggiore nel settore dell'energia e dei servizi di pubblica utilità rispetto a qualsiasi altro settore analizzato. Il 71% dei rispondenti ha dichiarato di essere favorevole all'espansione delle tecnologie digitali in questo spazio, ad esempio attraverso il pagamento delle bollette online o la diffusione di contatori di energia intelligenti. Si tratta di una percentuale dieci volte superiore a quella di coloro che sono contrari a una maggiore digitalizzazione nel settore dell'energia e dei servizi di pubblica utilità.

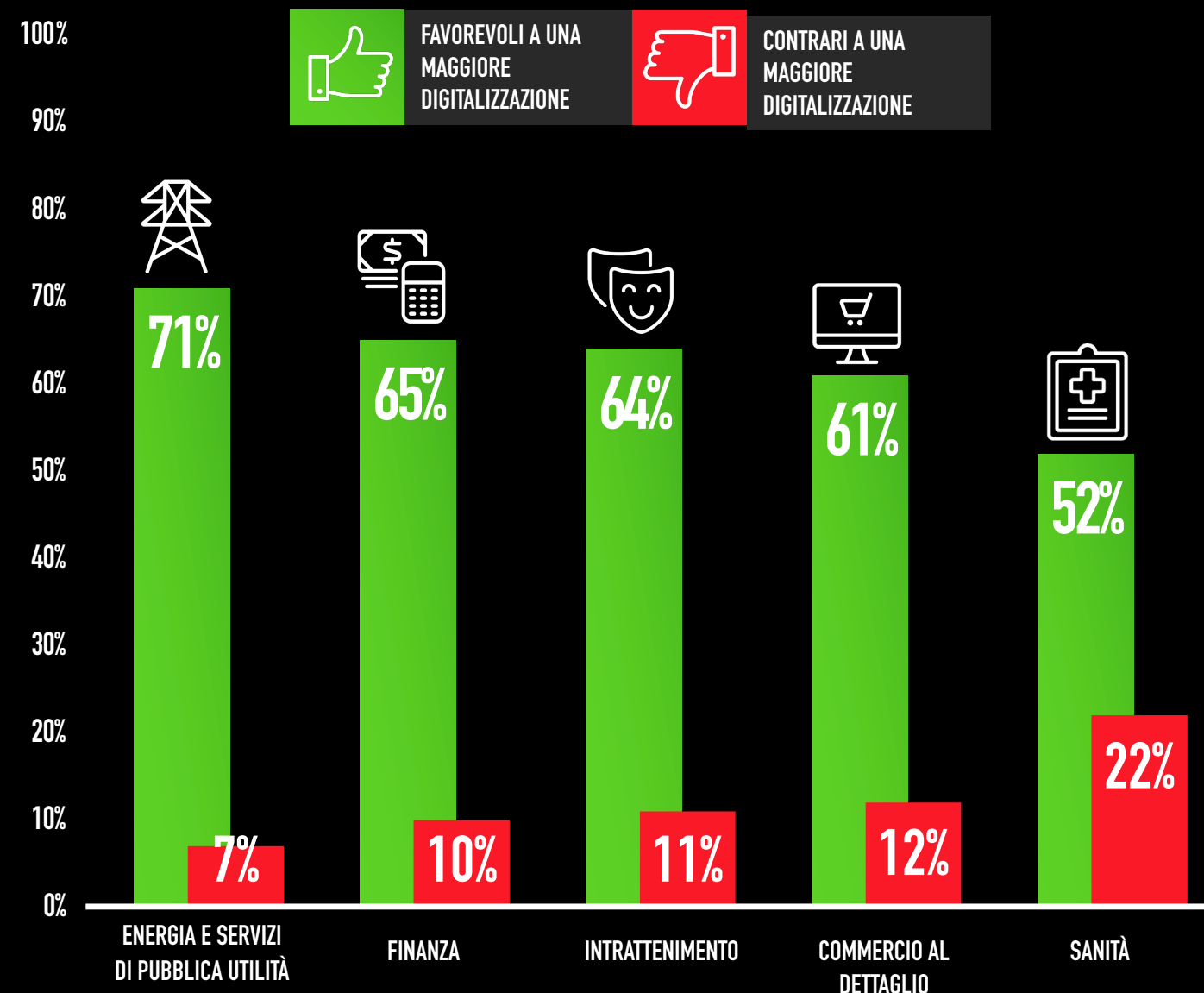
71%

HA DICHIARATO DI ESSERE FAVOREVOLE ALL'ESPANSIONE DELLE TECNOLOGIE DIGITALI IN QUESTO SETTORE, AD ESEMPIO ATTRAVERSO IL PAGAMENTO DELLE BOLLETTE ONLINE O LA DIFFUSIONE DI CONTATORI DI ENERGIA INTELLIGENTI

INTRATTENIMENTO E TEMPO LIBERO

La maggioranza degli europei (64%) è favorevole a un aumento dell'uso delle tecnologie digitali nel settore dell'intrattenimento attraverso, ad esempio, l'utilizzo di servizi di streaming online e la partecipazione a concerti, spettacoli o mostre virtuali. Si tratta di una percentuale cinque volte superiore a quella dei rispondenti che hanno dichiarato di non essere favorevoli alla crescente digitalizzazione in questo spazio. Gli spagnoli e gli italiani sono i più favorevoli, con il 76% e il 72% dei rispondenti rispettivamente a favore di una maggiore digitalizzazione nel settore dell'intrattenimento.

FIGURA 3 SOSTEGNO A FAVORE DI UNA MAGGIORE DIGITALIZZAZIONE IN VARI SETTORI



PRONTEZZA ALLA CRESCITA

Le tecnologie digitali hanno un impatto sulla vita delle persone in tutta Europa. La stragrande maggioranza dei rispondenti concorda sul fatto che la digitalizzazione ha il potenziale per facilitargli la vita, e rimane un notevole margine per un'ulteriore espansione dell'uso di queste tecnologie in diverse aree:

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Più di due terzi (69%) dei rispondenti ha dichiarato di sentirsi molto a proprio agio (33%) o abbastanza a proprio agio (36%) nell'interagire con le autorità pubbliche attraverso piattaforme online, ad esempio per pagare le tasse, accedere alle informazioni o registrarsi ai programmi governativi. Questo a fronte di appena l'11% che non si sentirebbe a proprio agio.

FINANZA

La maggioranza (61%) dei rispondenti ha dichiarato che sarebbe felice di svolgere le proprie attività bancarie e di investimento online, mentre meno di un quinto (17%) ha dichiarato che non si sentirebbe a proprio agio. Polonia, Spagna e Regno Unito sono i Paesi con la più alta percentuale di rispondenti favorevoli a gestire il proprio denaro online. D'altra parte, la Germania ha la percentuale più bassa, con meno della metà (48%) dei rispondenti che indica che si troverebbe a proprio agio a svolgere attività bancarie e di investimento online.

Quando si tratta di applicazioni di mobile payment, la maggior parte degli europei (54%) si sentirebbe a proprio agio a effettuare un pagamento superiore a 100 euro tramite un'applicazione di mobile payment. Tuttavia, i livelli di fiducia diminuiscono notevolmente all'aumentare del valore dell'operazione. Solo il 37% degli intervistati ha dichiarato che si sentirebbe a proprio agio a effettuare un pagamento superiore a 1.000 euro tramite un'applicazione di mobile payment, rispetto al 40% che ha dichiarato di non sentirsi a proprio agio. C'è un evidente divario di genere quando si parla di disponibilità a utilizzare le applicazioni di mobile payment per le transazioni superiori a 1.000 euro. Tra i rispondenti maschi, la percentuale che si troverebbe a proprio agio (40%) supera quella che si troverebbe a disagio (35%). Tra le donne intervistate, la percentuale che si sentirebbe a proprio agio a pagare più di 1.000 euro tramite un'applicazione di mobile payment (33%) è superata dalle persone che si sentirebbero a disagio (45%).

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Lo shopping online è un'attività già consolidata e la maggioranza (65%) dei rispondenti ha dichiarato che si sentirebbe a proprio agio a fare acquisti via internet piuttosto che nei negozi fisici. Solo il 12% ha dichiarato che non si sentirebbe a proprio agio. In Italia, le vendite online hanno rappresentato solo il 12% del fatturato totale nel 2019, classificandosi al penultimo posto tra i Paesi analizzati. È interessante notare che quasi tre quarti (73%) dei rispondenti italiani ha dichiarato di essere a proprio agio nel fare acquisti online, raggiungendo il secondo posto tra i Paesi analizzati⁵. Ciò suggerisce che in Italia vi è una propensione del pubblico a fare più acquisti online, nonostante la penetrazione di questa tecnologia sia stata finora relativamente bassa.

⁵ Commissione Europea

44%

SI SENTIREBBE A PROPRIO AGIO A PRENDERE PARTE ALLE VISITE MEDICHE DI ROUTINE TRAMITE VIDEOCHIAMATA PIUTTOSTO CHE DI PERSONA

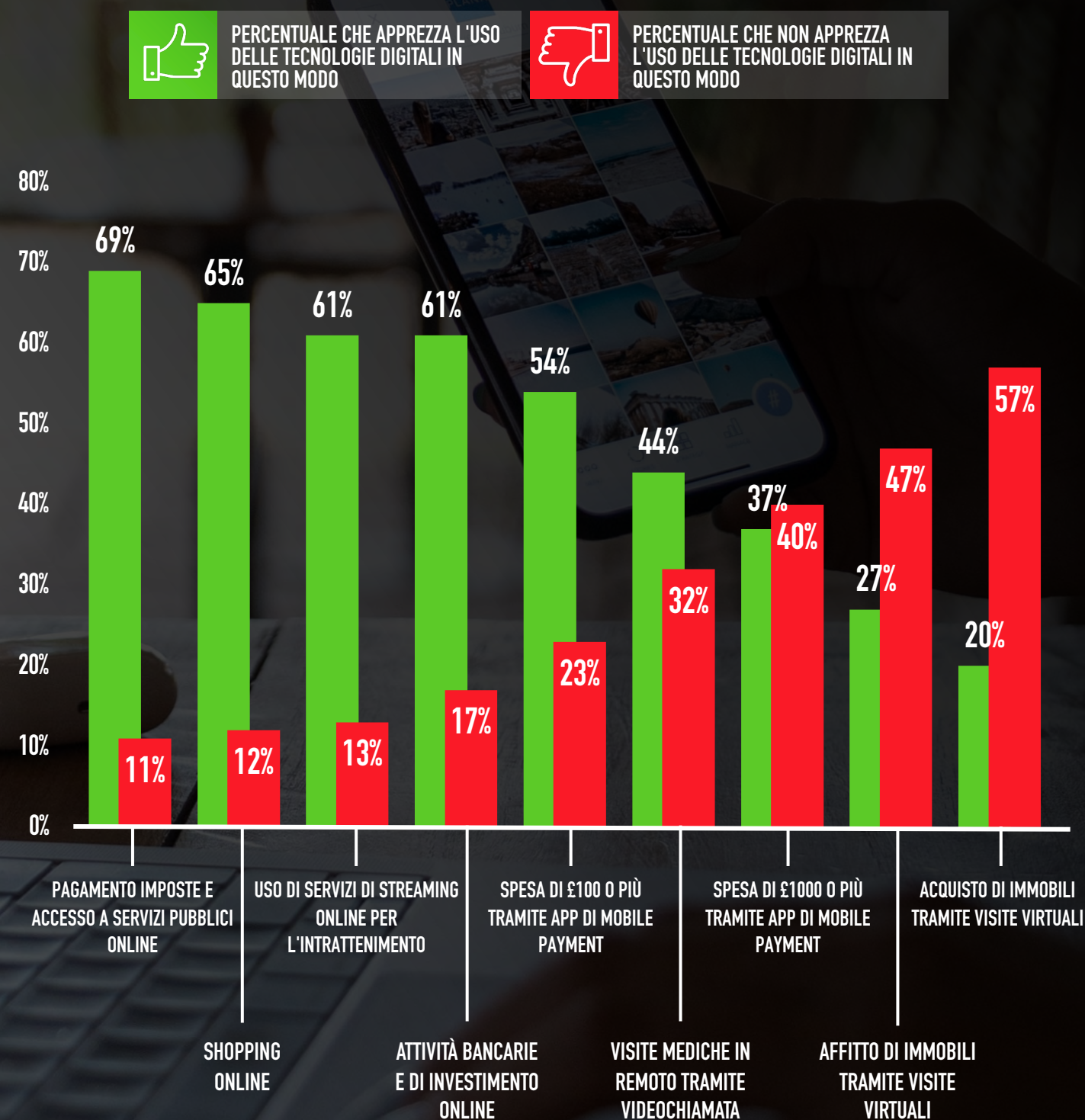
SANITÀ

Le attività finora descritte sono quelle già ampiamente svolte attraverso le piattaforme digitali. Gli europei esprimono un maggiore disagio in relazione all'utilizzo di soluzioni digitali che sono attualmente meno consolidate. Ad esempio, una minoranza (44%) dei rispondenti si sentirebbe a proprio agio a prendere parte alle visite mediche di routine tramite videochiamata piuttosto che di persona. Tra le persone di età pari o superiore a 55 anni (la fascia d'età che interagisce più frequentemente con gli operatori sanitari) solo il 39% si troverebbe a proprio agio con questo cambiamento nell'erogazione dei servizi sanitari.

BENI IMMOBILI

Un'altra area in cui le persone potrebbero essere meno disposte a passare alle soluzioni digitali è il settore immobiliare. Poco più di un quarto (27%) dei rispondenti ha dichiarato che si sentirebbe a proprio agio ad affittare un immobile sulla base di visualizzazioni online o virtuali, mentre solo un quinto (20%) si sentirebbe a proprio agio ad acquistare un immobile basandosi esclusivamente su visite digitali. Ciò premesso, i lockdown e le restrizioni alle visite degli immobili ampiamente diffusi durante la pandemia fanno sì che milioni di persone si siano abituate a fare affidamento sulle piattaforme digitali nel settore immobiliare. I risultati dell'indagine suggeriscono che è probabile che i giovani sostengano il ricorso sempre maggiore alle tecnologie digitali in questo settore. In effetti, più di un terzo (34%) dei rispondenti di età compresa tra i 18 e i 34 anni si sentirebbe a proprio agio ad affittare un immobile sulla base di visite online o virtuali, rispetto ad appena il 18% dei rispondenti di età pari o superiore a 55 anni.

FIGURA 6: PERCENTUALE DI PERSONE CHE SI SENTONO A PROPRIO AGIO CON UN USO MAGGIORE DELLE TECNOLOGIE DIGITALI



Fonte: Opinium, analisi Cebr

PREOCCUPAZIONI RIGUARDO AL DIGITALE

Anche se la maggior parte degli europei concorda sul fatto che le tecnologie digitali facilitano la vita dei cittadini e sono generalmente favorevoli alla crescente digitalizzazione in tutta l'economia, vi è disaccordo sui tempi e sulla portata della trasformazione digitale che è opportuno portare avanti. L'indagine individua svariate preoccupazioni ampiamente diffuse che, se non affrontate, potrebbero inibire in modo significativo l'ulteriore espansione delle tecnologie digitali.

RISCHI DI CYBERCRIME

La stragrande maggioranza dei rispondenti (97%) ha dichiarato di nutrire qualche preoccupazione riguardo ai rischi del cybercrime, dal momento che una quantità maggiore di dati e attività viene trasferito online; tra questi più di un quarto (27%) ha dichiarato di essere estremamente preoccupato. La percentuale di rispondenti estremamente preoccupati per i rischi del cybercrime raggiunge il 35% in Spagna e il 31% in Romania. L'introduzione delle tecnologie digitali in settori come la sanità e l'istruzione comporterà il trasferimento online di informazioni sempre più sensibili. I risultati dell'indagine indicano che questi trasferimenti incontreranno resistenza, viste le profonde preoccupazioni che riguardano la sicurezza informatica.

27%

E' MOLTO PREOCCUPATO PER I RISCHI DERIVANTI DAL CYBERCRIME A CAUSA DEL NUMERO CRESCENTE DI DATI E ATTIVITA' ONLINE

DIFFUSIONE DI FAKE NEWS

Il 96% degli europei è preoccupato per l'uso improprio delle tecnologie digitali nel diffondere notizie fuorvianti o scorrette. In passato, il consumo di notizie da parte delle persone si concentrava su un numero relativamente modesto di editori. Sempre più spesso, tuttavia, le persone si stanno orientando verso le piattaforme dei social media e i media alternativi come fonte di notizie. Ciò ha posto le aziende tecnologiche e i decisori politici di fronte a un dilemma etico, nel tentativo di bilanciare gli obiettivi, spesso contrapposti, della libertà di parola e della presentazione di informazioni accurate. I risultati dell'indagine suggeriscono che per molti europei non è stato fatto abbastanza per raggiungere l'obiettivo di garantire l'accuratezza delle informazioni ricevute. Ciò vale in particolare per le fasce d'età più avanzata: oltre un terzo (37%) dei rispondenti di età pari o superiore a 55 anni dichiara di essere estremamente preoccupato per l'uso delle tecnologie digitali per diffondere fake news. Sebbene il potenziale di diffusione di notizie fuorvianti tramite le tecnologie digitali costituisca una preoccupazione significativa in tutti i Paesi analizzati, tali timori sono più pronunciati in Spagna, dove il 40% dei rispondenti dichiara di essere estremamente preoccupato per questo problema.

96%

DEGLI EUROPEI È PREOCCUPATO PER L'USO IMPROPRIO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI NEL DIFFONDERE NOTIZIE FUORVANTI O SCORRETTE

DIVARI DIGITALI

Anche le implicazioni sociali della tecnologia digitale hanno un forte peso per molti europei. In effetti, il 95% è quantomeno un po' preoccupato per un crescente "divario digitale", poiché le persone che non hanno accesso alle tecnologie digitali vengono "lasciate indietro". Ciò evidenzia come la promozione di un accesso equo alla tecnologia digitale possa essere fondamentale per ottenere il consenso delle persone a una maggiore espansione delle tecnologie. I rispondenti spagnoli e romeni sono particolarmente preoccupati che possa emergere un divario digitale e il 23% dichiara di essere estremamente spaventato da questa eventualità. Al contrario, nei Paesi Bassi e in Danimarca, solo il 14% dei rispondenti ha dichiarato di essere estremamente preoccupato per questo problema. Un esempio di come la diffusione delle tecnologie digitali potrebbe esacerbare le disuguaglianze esistenti è rappresentato dal settore dell'istruzione. Con il progressivo trasferimento online dei materiali didattici, l'accesso ai laptop e al software è diventato indispensabile. La garanzia che queste tecnologie siano fornite a tutti i bambini sarà fondamentale per evitare che si crei un divario tra chi ha accesso alla tecnologia e chi ne è privo.

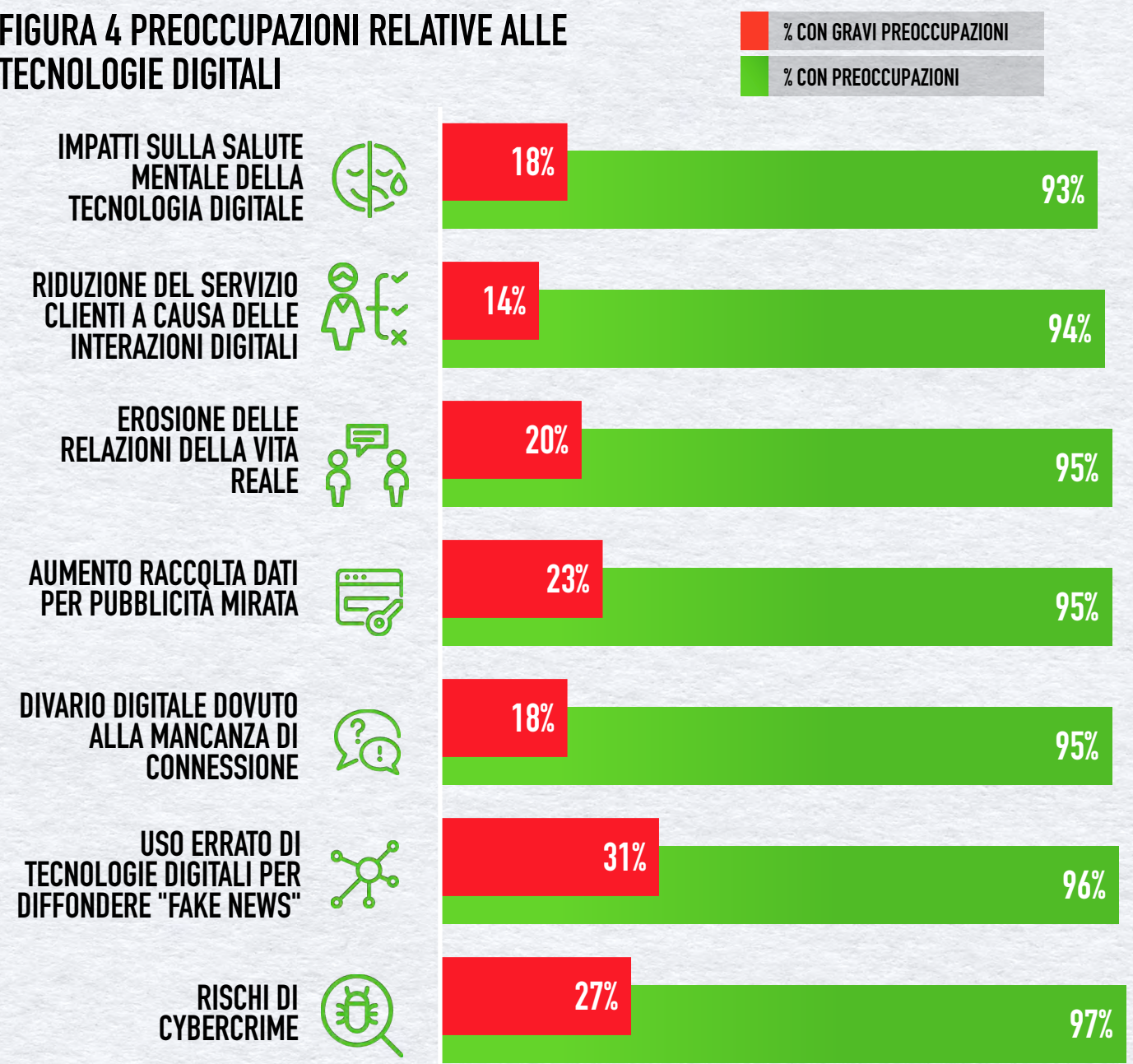
EROSIONE DELLE RELAZIONI DELLA VITA REALE

Un intervistato su cinque (20%) ha dichiarato di essere estremamente preoccupato per l'erosione delle relazioni della vita reale a causa delle tecnologie digitali. Queste preoccupazioni sono presenti in tutte le fasce d'età, anche se sono leggermente più diffuse tra le generazioni di età più avanzata. Al contrario, le preoccupazioni circa l'impatto della tecnologia digitale sulla salute mentale sono più marcate tra le giovani generazioni. Infatti, il 19% dei rispondenti di età compresa tra i 18 e i 34 anni ha dichiarato di essere estremamente preoccupato per questo aspetto, rispetto al 16% di quelli di età pari o superiore ai 55 anni. A livello nazionale, i polacchi sono i più spaventati per l'erosione dei rapporti reali dovuta alle tecnologie digitali, con più di un quarto (28%) dei rispondenti che la citano come una preoccupazione estrema.

IMPATTI SULLA SALUTE MENTALE

Un'altra preoccupazione comune riguardo alla diffusione delle tecnologie digitali è l'impatto sulla salute mentale. Il 93% dei rispondenti ha dichiarato che questo problema li preoccupa in qualche misura, e tra questi quasi uno su cinque (18%) si è detto estremamente preoccupato. L'impatto delle tecnologie digitali sulla salute mentale è una preoccupazione espressa in particolare dalle donne, con il 21% dei rispondenti di genere femminile che cita questo problema come estremamente grave contro il 14% dei rispondenti di genere maschile.

FIGURA 4 PREOCCUPAZIONI RELATIVE ALLE TECNOLOGIE DIGITALI



Fonte: Opinium, analisi Cebr



Una conseguenza di queste inquietudini è che più di due europei su cinque (41%) ritengono che le tecnologie digitali si stiano diffondendo troppo rapidamente, mentre quasi la stessa percentuale (39%) afferma di non riuscire a sostenere il ritmo del cambiamento. La suddivisione di questi risultati per genere suggerisce che il ritmo della trasformazione digitale è un problema maggiore per le donne che per gli uomini. Infatti, il 44% delle donne intervistate concorda sul fatto che le tecnologie digitali si stanno diffondendo troppo rapidamente contro il 38% dei rispondenti di genere maschile.

La maggioranza (52%) dei rispondenti concorda sul fatto che le tecnologie digitali non regolamentate, come le piattaforme dei social media, sono una minaccia per la società e c'è un ampio sostegno a favore di una maggiore regolamentazione da parte del Governo in questo settore. Infatti, quasi tre quarti (72%) dei rispondenti ha affermato che le istituzioni governative dovrebbero essere più attive nella regolamentazione delle tecnologie digitali. Tra gli intervistati italiani, l'82%, ossia la percentuale più alta tra i Paesi analizzati, concorda sul fatto che tali istituzioni dovrebbero fare di più per regolamentare le tecnologie digitali.

Nel complesso, gli europei sono stati proattivi nell'affrontare le loro preoccupazioni digitali. Infatti, solo il 7% di coloro che si preoccupano delle tecnologie digitali non ha fatto almeno qualche passo per risolverle. La maggioranza (53%) si assicura che i propri computer, laptop o smartphone siano protetti con password o codici di accesso, mentre una percentuale simile (49%) limita i propri acquisti online a rivenditori

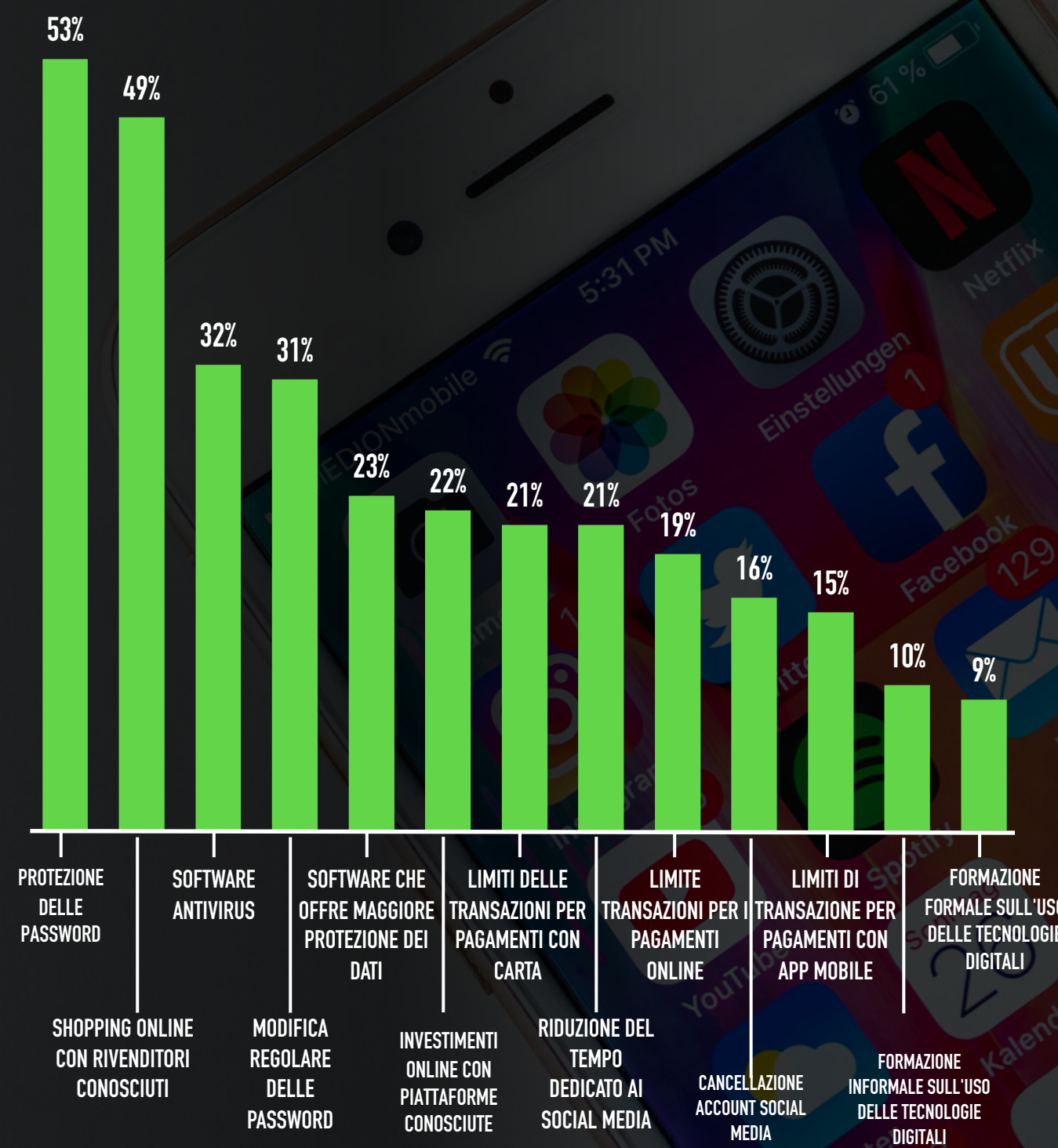
riconosciuti e affermati. Questo risultato evidenzia le difficoltà dei piccoli rivenditori nel conquistare una fetta del mercato online in crescita.

Il software è un altro pezzo importante del puzzle, tanto che quasi un terzo (32%) dei rispondenti hanno investito in software antivirus per rispondere alle preoccupazioni in materia di tecnologie digitali. Nel frattempo, il 23% preferisce utilizzare software (ad es. browser web o piattaforme di posta elettronica) che offrono una maggiore riservatezza dei dati.

Importanti sono anche i limiti delle operazioni di pagamento, che limitano le potenziali perdite derivanti da eventuali violazioni della sicurezza. Circa un rispondente su cinque (21%) dispone di limiti di transazione per i pagamenti con carta, mentre la percentuale che ha questi limiti per i pagamenti online e per i pagamenti con le app mobili è rispettivamente del 19% e del 15%.

A causa delle preoccupazioni diffuse sul ruolo potenziale delle tecnologie digitali nella diffusione di fake news, nell'erosione delle relazioni della vita reale e nella raccolta di dati personali, molti europei hanno scelto di eliminare alcuni o tutti i loro account sui social media. Circa un rispondente su sei (16%) ha dichiarato di aver adottato questa misura a causa delle proprie incertezze sulle tecnologie digitali. È interessante notare come i giovani si stiano allontanando dalle piattaforme dei social media più velocemente rispetto alle generazioni precedenti. Un rispondente su cinque (20%) di età compresa tra i 18 e i 34 anni ha dichiarato di aver eliminato alcuni dei propri account, contro una percentuale di appena il 12% tra quelli di 55 anni e oltre

FIGURA 5: PASSI COMPIUTI PER AFFRONTARE LE PREOCCUPAZIONI SULLE TECNOLOGIE DIGITALI



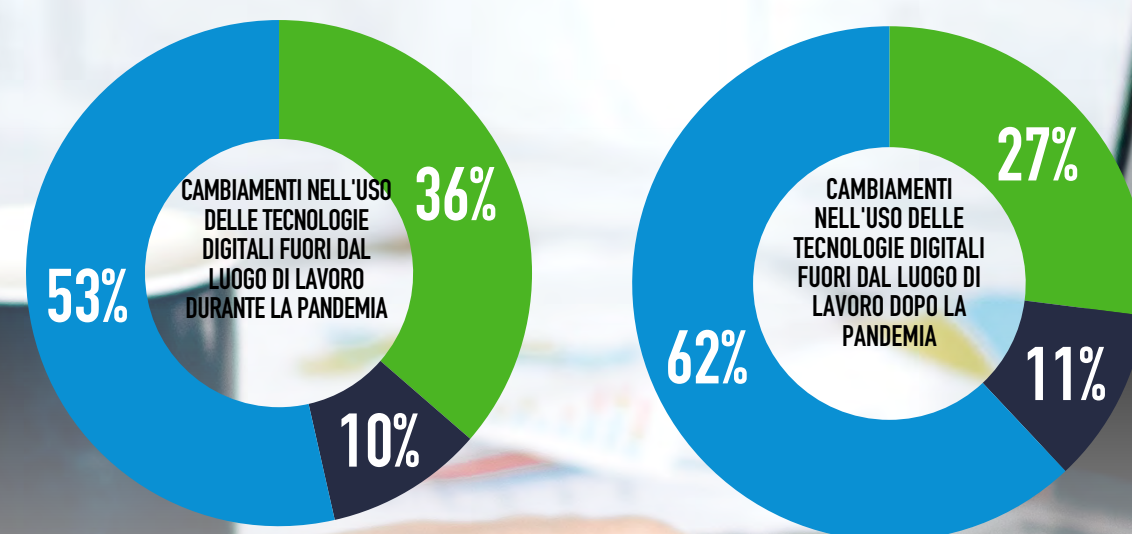
IMPATTO DEL COVID-19 SULLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

La pandemia e le relative restrizioni dei lockdown hanno prodotto un cambiamento economico e sociale senza precedenti. Con milioni di persone confinate nelle loro case e la chiusura diffusa di luoghi di lavoro fisici, negozi, ristoranti e svariati altri luoghi, gli europei hanno dovuto affrontare cambiamenti improvvisi e drammatici nel loro modo di vivere. Più di un terzo (36%) dei rispondenti ha dichiarato che il loro uso delle tecnologie digitali al di fuori del luogo di lavoro è aumentato dall'inizio del COVID-19, mentre solo uno su dieci (10%) ha affermato il contrario. In Spagna e in Italia, la percentuale di rispondenti che ha incrementato l'uso delle tecnologie digitali al di fuori del luogo di lavoro durante la pandemia è pari al 49%. Questi risultati riflettono i cambiamenti diffusi nelle attività ricreative e del tempo libero che le società europee hanno subito: molti sono passati dai teatri e dai cinema ai servizi di streaming online e dagli acquisti nei negozi fisici delle vie commerciali al commercio online. I risultati dell'indagine forniscono nuove prove del fatto che questi cambiamenti comportamentali hanno determinato trasformazioni a lungo termine nelle preferenze e nelle abitudini dei consumatori che con buona probabilità dureranno anche dopo la pandemia. Più di un quarto (27%) degli intervistati ha dichiarato di aspettarsi che dopo la pandemia l'uso delle tecnologie digitali al di fuori del luogo di lavoro sarà maggiore di quanto non lo fosse in precedenza. Questo fenomeno sembra essere più marcato in Polonia: il 37% dei rispondenti polacchi prevede che dopo la pandemia l'uso delle tecnologie digitali al di fuori del luogo di lavoro sarà più diffuso che in passato.

Ci sono, tuttavia, alcuni segnali di burn-out tecnologico tra gli europei: l'11% afferma di aspettarsi un uso minore delle tecnologie digitali dopo la pandemia rispetto al periodo precedente. I risultati variano notevolmente da una fascia di età all'altra: il 18% dei rispondenti di età compresa tra i 18 e i 34 anni prevede di ridurre l'uso delle tecnologie digitali dopo la pandemia, mentre la percentuale scende al 6% per le persone di età pari o superiore a 55 anni. La variazione è meno marcata tra i vari Paesi: il 9% dei polacchi si aspetta che dopo la pandemia l'uso delle tecnologie digitali al di fuori del luogo di lavoro sarà più basso di prima, mentre tra gli spagnoli questa cifra raggiunge il 14% (la più alta tra i Paesi analizzati).

FIGURA 7 CAMBIAMENTI NELL'USO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI AL DI FUORI DEL LAVORO DURANTE E DOPO LA PANDEMIA

● RIMASTO UGUALE ● DIMINUITO ● AUMENTATO



Tendenze simili si sono registrate nell'ambito di lavoro. L'uso del software di videochiamata è aumentato negli ultimi mesi in quanto milioni di impiegati sono passati al lavoro a distanza a causa delle restrizioni imposte dalle istituzioni governative e dei timori per la salute dovuti al COVID-19. Questa situazione si riflette nell'indagine: quasi un terzo (30%) dei rispondenti ha aumentato l'uso delle tecnologie digitali al lavoro durante la pandemia. Questa cifra varia notevolmente da un Paese all'altro. Tra i tedeschi, solo il 19% ha aumentato il loro utilizzo, rispetto al 42% degli spagnoli. Tali risultati dipendono dai diversi livelli di gravità dell'epidemia di COVID-19 e dalle relative restrizioni in ogni singolo Paese.

Molte delle nuove abitudini di lavoro sviluppate durante la pandemia sembrano destinate a durare: una persona su cinque (22%) si aspetta di fare un uso maggiore delle tecnologie digitali sul luogo di lavoro dopo la pandemia rispetto a prima. Un'importante implicazione di questo risultato è che è improbabile che la frequenza dei viaggi di lavoro ritorni ai livelli pre-pandemici, anche dopo che il COVID-19 sarà messo sotto controllo e saranno eliminate le restrizioni. Le riduzioni dei flussi di pendolari che ne derivano potrebbero avere importanti conseguenze per le imprese e le industrie che dipendono dal movimento dei lavoratori da e verso gli uffici, compresi i fornitori di trasporti, i promotori di immobili commerciali nonché negozi, ristoranti e bar nei centri cittadini.

L'indagine ha esplorato le attività specifiche che hanno vissuto un cambiamento più significativo nel passaggio dal fisico al digitale durante la pandemia e la probabile durata di tale cambiamento. I risultati hanno evidenziato che l'uso delle piattaforme online è aumentato per tutte le attività considerate. Tuttavia, vi è una notevole variazione nella misura in cui le persone sono passate alle piattaforme online e nel grado in cui tali cambiamenti perdureranno anche dopo la pandemia:

FINANZA

Già prima dell'inizio della pandemia, l'uso delle piattaforme digitali era diffuso per diverse attività finanziarie. In effetti, quasi quattro rispondenti su cinque (79%) hanno utilizzato internet almeno qualche volta per fissare un appuntamento con la loro banca. Nel frattempo, solo il 12% dei rispondenti ha dichiarato di aver fatto affidamento esclusivamente su luoghi fisici per investire in azioni prima della pandemia. Dato che il coinvolgimento con le piattaforme digitali era già elevato nel passaggio alla pandemia, ci sono meno opportunità di cambiamenti significativi di comportamento nel settore finanziario rispetto ad altri settori in cui l'uso pre-pandemico delle tecnologie digitali era più limitato. Detto questo, l'83% dei rispondenti si aspetta di usare internet almeno in parte per fissare appuntamenti in banca dopo la pandemia, un dato di quattro punti percentuali superiore al livello pre-pandemico. Uno su dieci (10%) ha dichiarato di essere stato più attivo nell'investire in azioni durante la pandemia rispetto a prima. Al contempo, una percentuale

simile (9%) ha dichiarato di essere stata meno attiva nell'investire in azioni di quanto non fosse prima della pandemia. Questi risultati evidenziano la risposta estremamente eterogenea alla volatilità del mercato azionario associata alla pandemia. Mentre molti investitori individuali hanno visto il calo dei prezzi delle azioni all'inizio della pandemia come un'opportunità di investimento, altri sono stati dissuasi dall'investire a causa della volatilità e dei rischi percepiti. Più di un rispondente su sette (15%) si aspetta di essere più attivo nell'investire in azioni dopo la pandemia di quanto non fosse prima della pandemia. Ciò suggerisce che, a prescindere da come i diversi individui abbiano reagito all'incertezza e alla volatilità dei mercati durante il COVID-19, gli eventi del 2020 hanno innescato un crescente interesse per i mercati finanziari da parte di un gran numero di europei. Questo effetto sembra essere più forte in Italia, con il 20% dei rispondenti che si aspetta di essere più attivo nell'investire in azioni dopo la pandemia rispetto a prima.

SANITÀ

Prima della pandemia, la maggioranza (54%) degli europei si affidava esclusivamente alle visite mediche in presenza. Le intense pressioni imposte dalla pandemia ai sistemi sanitari e i rischi associati alle visite in presenza hanno portato a un'importante espansione delle piattaforme digitali in ambito sanitario. In effetti, il 70% dei rispondenti che hanno effettuato un appuntamento dal medico durante la pandemia si sono affidati almeno in parte alle piattaforme online. Inoltre, il 60% prevede che in futuro si affiderà almeno in parte alle piattaforme digitali per gli appuntamenti medici. Ciò rappresenta un aumento del 31% rispetto alla percentuale pre-pandemica. In Spagna, il Paese che ha registrato il più alto numero di decessi pro-capite dovuti al COVID-19, in base ai dati disponibili a fine novembre 2020, un quarto (25%) di coloro che hanno avuto un appuntamento dal medico durante la pandemia si è affidato esclusivamente a piattaforme online. Il 5% degli spagnoli prevede di affidarsi esclusivamente a piattaforme online per le visite mediche post-pandemiche. In Italia, al secondo posto per tasso di mortalità pro-capite dovuto al COVID-19 tra i Paesi analizzati, tale percentuale è del 6%. La chiusura delle palestre per lunghi periodi in molti paesi ha alimentato una crescente domanda di corsi di fitness online. Anche prima della pandemia, la maggioranza (59%) dei rispondenti si affidava almeno in parte alle lezioni online. Durante la pandemia, questa percentuale è salita all'82%, mentre il 68% prevede di utilizzare in qualche misura le lezioni di fitness online anche dopo la pandemia.

70%
**DEGLI INTERVISTATI
HA AVUTO UN
APPUNTAMENTO
DAL MEDICO
DURANTE LA
PANDEMIA O SI E'
AFFIDATO ALMENO
IN PARTE ALLE
PIATTAFORME
ONLINE**

COMMERCIO AL DETTAGLIO

La pandemia sembra destinata a determinare un minore aumento a lungo termine dell'uso delle piattaforme digitali nel settore del commercio al dettaglio. Prima dell'inizio del COVID-19, la maggioranza (56%) degli intervistati non si affidava esclusivamente ai negozi fisici per la spesa alimentare. Per l'acquisto di abbigliamento, tale percentuale saliva all'80%. Sia per la spesa alimentare che per l'acquisto di abbigliamento, l'uso dello shopping online è aumentato notevolmente durante la pandemia a causa della chiusura dei negozi e delle preoccupazioni per la diffusione del virus. Il 60% degli intervistati prevede che dopo la pandemia non si affiderà esclusivamente ai negozi fisici per la spesa alimentare, con un aumento rispetto al 56% di prima. I risultati suggeriscono che l'impatto a lungo termine della pandemia sui modelli di acquisto di abbigliamento sarà limitato. L'80% dei rispondenti prevede di utilizzare almeno in parte le piattaforme online per l'acquisto di abbigliamento dopo la pandemia, un dato che rimane invariato rispetto alla percentuale precedente alla pandemia.

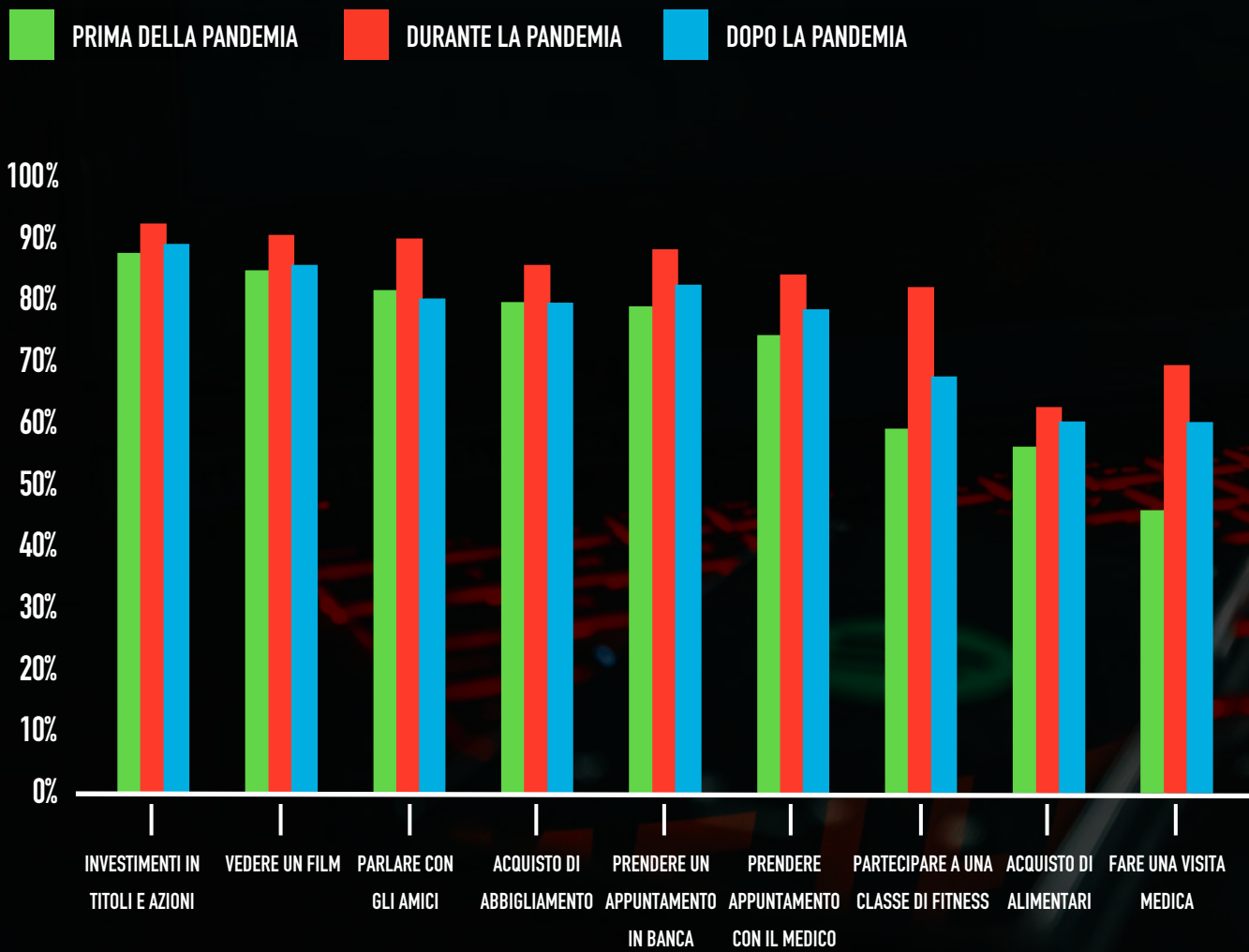
DIVERTIMENTO E RICREAZIONE

In un settore, l'esperienza della pandemia da COVID-19 rischia di allontanare gli europei dalle tecnologie digitali. Il 90% degli intervistati ha utilizzato internet per parlare con gli amici durante la pandemia, rispetto all'82% di prima della pandemia. Dopo la pandemia, è l'80% dei rispondenti a prevedere di utilizzare internet per parlare con gli amici, 10 punti percentuali al di sotto dei livelli attuali, nonché 2 punti percentuali al di sotto dei livelli pre-pandemici. Mentre il previsto declino nell'uso delle tecnologie digitali per parlare con gli amici è relativamente piccolo se considerato isolatamente, è degno di nota in considerazione del previsto aumento dell'uso delle tecnologie digitali che ci si aspetta per la maggior parte delle altre attività. Questo suggerisce che il distanziamento sociale associato alla pandemia ha portato molti ad apprezzare ancora di più le interazioni faccia a faccia.

Tra gli europei che hanno visto espandersi l'uso delle tecnologie digitali durante la pandemia da coronavirus, la risposta è stata in gran parte positiva. Infatti, il 51% ha affermato che l'aumento dell'uso delle tecnologie gli ha facilitato la vita, mentre il 46% ha dichiarato che l'esperienza gli ha insegnato nuove competenze e un terzo (33%) ha indicato che gli ha fatto venir voglia di provare nuove tecnologie. I benefici sono stati particolarmente evidenti per le generazioni di età più avanzata, con il 55% dei rispondenti di età uguale o superiore a 55 anni che hanno dichiarato che il maggior utilizzo delle tecnologie ha migliorato la loro vita. A livello nazionale, l'accoglienza positiva è stata più clamorosa in Polonia, dove il 65% dei rispondenti ha concordato sul fatto che l'aumento dell'uso delle tecnologie ha reso la loro vita più facile e il 61% ha dichiarato che ha insegnato loro nuove competenze.

Detto questo, l'espansione delle tecnologie digitali non è stata priva di inconvenienti. Quasi uno su cinque (19%) di coloro che hanno incrementato l'utilizzo delle tecnologie dall'inizio della pandemia ha affermato di voler passare meno tempo online in futuro. Nei Paesi Bassi e in Romania, questa percentuale è di quasi un quarto (23%). Tuttavia, in altre parti d'Europa, questo effetto sembra essere meno significativo. Ad esempio, solo il 16% degli intervistati britannici e francesi ha dichiarato che a causa della pandemia vorrà passare meno tempo online. Solo una piccola percentuale (11%) degli intervistati ha dichiarato che il maggiore uso delle tecnologie durante la pandemia li ha portati ad affidarsi meno e solo il 7% ha affermato che il maggiore uso delle tecnologie digitali li ha confusi.

Figura 8: Percentuale di rispondenti che svolgono attività online almeno per una parte del tempo



CONCLUSIONI

72%

CONCORDA CHE LE
TECNOLOGIE DIGITALI
HANNO SEMPLIFICATO
LA VITA

Le tecnologie digitali hanno un impatto sulla vita delle persone in tutta Europa. La maggior parte degli europei concorda sui benefici complessivi delle tecnologie digitali e il 72% ritiene che facilitino la loro vita.

Ci sono anche risultati incoraggianti per quanto riguarda la possibilità di un'ulteriore trasformazione digitale e la maggioranza dei rispondenti è a favore di una maggiore digitalizzazione nei settori della finanza, della sanità, del commercio al dettaglio, dell'energia e dell'intrattenimento. Tuttavia, questa ricerca evidenzia che l'adozione e il potenziale di crescita delle tecnologie digitali è lungi dall'essere uniforme in tutta Europa e tra i diversi settori.

Sul fronte dell'adozione, il coinvolgimento con le tecnologie digitali nel Regno Unito e in Danimarca (i paesi che occupano le prime posizioni nella classifica dell'Indice di coinvolgimento digitale) è nettamente superiore a quello della Romania e dell'Italia. Queste discrepanze sono in parte dovute a fattori economici, come il potere d'acquisto medio più basso in Romania e Polonia, il che significa che la capacità delle persone di investire nelle tecnologie digitali è più limitata. Gli aspetti demografici sono un altro fattore potenziale, in quanto i Paesi con la popolazione più anziana - come l'Italia e la Germania - sono generalmente in ritardo rispetto agli altri paesi dell'Europa occidentale per quanto riguarda il coinvolgimento digitale.

In termini di potenziale di crescita, emerge un quadro molto diverso, con la Romania che salta dall'ultimo posto nel Digital Engagement Index al primo posto nel Digital Growth Index. Questo dimostra che c'è una forte richiesta pubblica e la disponibilità verso ulteriori trasformazioni digitali, il che evidenzia come la Romania potrebbe ben colmare il divario digitale con gli altri Paesi europei, a condizione che le sue imprese e le istituzioni governative si impegnino a fornire i prodotti e le infrastrutture necessari. A livello europeo, la maggior parte dei rispondenti è a favore di un incremento della digitalizzazione in tutti i settori dell'economia. La prospettiva di ulteriori trasformazioni digitali è più forte nei settori della finanza e dell'energia, rispettivamente con il 71% e il 65% degli europei favorevoli a tale eventualità.

La ricerca rivela anche che la pandemia ha giocato un ruolo fondamentale nell'accelerare la trasformazione digitale. La chiusura degli spazi fisici e le restrizioni ai movimenti dei cittadini hanno spinto nel corso di quest'anno un gran numero di europei ad adottare soluzioni digitali, nelle aree più svariate, dal commercio al dettaglio e dall'intrattenimento alla finanza e alla sanità. I risultati dell'indagine evidenziano come, per molti europei, questi nuovi comportamenti e abitudini siano con buona probabilità destinati a perdurare oltre il periodo della pandemia. Tale possibilità risulta più evidente in campo sanitario, dove la maggior parte dei rispondenti vorrebbe ricorrere almeno in parte ad appuntamenti online con i medici.

Le tecnologie digitali saranno centrali nello sviluppo della produttività nel corso del prossimo decennio. Ciò significa che il successo delle economie europee sarà inestricabilmente legato all'efficacia della loro trasformazione digitale. Ottenere il sostegno e la fiducia del pubblico è un prerequisito chiave per qualsiasi trasformazione digitale.

I risultati di questa ricerca mostrano che questi fattori potranno senza dubbio scuotere la gerarchia digitale europea negli anni a venire.

